IMAGINE, *imagini*, s. f. 1. Reprezentare în mintea
noastră a realității înconjurătoare, pe baza impresiilor
primite prin simțuri; reproducerea unei percepții vi-
zuale sau auditive; (rar) obiectele percepute prin simțuri.
Deschizi larg ochii și încerci să păstrezi pentru totdea-
una în adîncul lor imaginile care ți se perindă prin
față. STANCU 23. *Ții tu minte cîte-n lume-ai*
auzit?... Prea puțin. De ici, de colo, de imagine-o
fășie, Vreo urmă de gîndire, ori un petec de hîrtie.
EMINESCU, O. I 134. ◇ Fig. *În călimara asta nouă*
roiesc ca fluturii imagini Ce vor cădea cîndva, inerte,
pe cîmpul alb al unei pagini. TOPÎRCEANU, M. 7.

2. Reproducere a unui obiect, formată din punctele
de reunire ale razelor luminoase emanate de la un izvor
de lumină și obținută cu ajutorul unui sistem optic.
Păsări contopindu-se în luciul apei cu propria lor imagine.
BOGZA, C. O. 39. ◇ *Imagine reală* = imagine în ale
cărei puncte se intersectează înseși razele luminoase
pornite de la obiect și care poate fi prinsă pe un ecran.
Imagine virtuală = imagine în ale cărei puncte se inter-
sectează numai prelungirile drepte ale razelor luminoase
și care nu poate fi prinsă pe un ecran.

3. Reprezentare plastică a înfățișării unei ființe sau
a unui obiect, a unei scene din viață, a unui tablou din
natură etc. obținută prin fotografiere, desen, pictură,

4. Reflectare artistică a realității prin sunete, cuvinte,
culori etc., în muzică, poezie, arte plastice etc. *El s-a*
cutremurat nu de imaginea poetică ce-i serveam, ci de
glasul meu deznădăjduit. SADOVEANU, A. L. 17.

5. (Mat.) Simbol.

— Pl. și: *imagine* (ODOBESCU, S. III 60) — Variantă:

imaginea

ARTA 75
ANUL XXII NR. 7/1975

ARTA 7/75

REDACȚIA

Str. Constantin Mille 5-7-9, telefon 13.91.36, București

ADMINISTRAȚIA

Uniunea Artiștilor Plastici, Calea Victoriei 155, telefon 50.29.65, București

COLEGIUL REDACȚIONAL

CORNELIU BABA, CECILIA STORCK-BOȚEZ, TRAIAN BRĂDEAN, VASILE DRĂGUȚ, PAUL ERDÖS, ION FRUNZETTI, DAN HĂULICĂ, ION IRIMESCU, OVIDIU MAITEC, ANATOL MÂNDRESCU, DAN NEMȚEANU, ION PACEA, MIRCEA SPĂTARU, ION STATE, NAPOLEON ZAMFIR

COLECTIVUL REDACȚIONAL

Olga Bușneag, Mihai Drișcu, Ioan Horga, Horia Horșia, Iulian Mereuță

CORECTOR

Ingrid Georgescu

PREZENTARE TEHNICĂ

Sanda Gusti

FOTOGRAFII

Mihai Oroveanu, Eugeniu Lupu, Sandu Mendrea, Octavian Stăcescu, Mihai Brătescu, Erdelyi Lajos, Constantin Nicolae, Atanase Cartojan

ABONAMENTE

Abonamentele se primesc la toate oficiile poștale, factorii poștali și la Ad-ția revistei ARTA, din Calea Victoriei 155 București.

Costul unui abonament:
- pentru întreprinderi și instituții: lei 204 anual (12 apariții); lei 102 — 6 luni;
- pentru persoane particulare: lei 180 anual (12 apariții); lei 90 — 6 luni.

Pour l'étranger: ILEXIM — Le département export-import presses, Bucarest, Calea Griviței nr. 64—66, P.O.B. 2001, Telex 011631.

Prix de l'abonnement: 15 dollars par an (12 numéros).

40541

Lei 15

TIPARUL: ÎNTREPRINDEREA POLIGRAFICĂ « ARTA GRAFICĂ », CALEA ȘERBAN VODĂ 133-135, București, România

ARTA 75

REVISTĂ A UNIUNII ARTIȘTILOR PLASTICI DIN REPUBLICA SOCIALISTĂ ROMÂNIA

	1	Imaginea	A. M.
	23	Retorica imaginii	Roland Barthes
LABORATOR	27	Geta Brătescu	Anca Arghir
DESIGN	28	Schița unui plan de dezvoltare	Paul Constantin
ATELIER	30	Sergiu Dinculescu, Theodor Moraru, Georgeta Pusztai	
	36	Ghiță Popescu	Gheorghe Ghițescu
INFORMAȚII	37	Confruntări internaționale. Simeze	

COPERTA: Geta Brătescu

	1	L'image	A. M.
	23	Rhétorique de l'image	Roland Barthes
LABORATOIRE	27	Geta Brătescu	Anca Arghir
DESIGN	28	Esquisse d'un plan de développement	Paul Constantin
VISITES D'ATELIERS	30	Sergiu Dinculescu, Theodor Moraru, Georgeta Pusztai	
	36	Ghiță Popescu	Gheorghe Ghițescu
INFORMATIONS	37	Confrontations internationales. Cimaises	

COUVERTURE: Geta Brătescu

	1	Изображения	А. М.
	23	Реторика изображения	Ролан Бартес
ЛАБОРАТОРИЯ	27	Джета Брэтеску	Анка Аргир
РИСУНОК	28	Набросок плана развития	Пауль Константин
АТЕЛЬЕ	30	Серджиу Динкулеску, Теодор Морару, Джорджета Пуштай	
	36	Гица Попеску	Георге Гицеску
СООБЩЕНИЯ	37	Международные соревнования. Панно	

НА ОБЛОЖКЕ: Джета Брэтэску

I M A G I N E A

Lumea imaginii, în societatea contemporană, este alcătuită dintr-o diversitate de forme, tehnici de producție și difuzare; această diversitate funcționează, însă, obiectiv, într-o ordine integrativă, care, din punctul de vedere al culturii, se cere a fi considerată, global, ca sistem al producției și comunicației imagistice. Sfera imaginii, așadar, poate fi descrisă în termenii unui spațiu neomogen, discontinuu, dar articulat; zonele sale, diferențiate, relativ autonome, constituie o familie ecologică. Delimitările, structurile specifice, ca și funcțiile comune își dezvăluie caracterul obiectiv și sensul doar în această perspectivă a raporturilor ecologice, deschisă, în istoria civilizației, la un anumit moment al procesului genetic. Înțelegerea identității și particularității fiecărei categorii imagistice nu este posibilă fără înțelegerea sistemului imaginii ca totalitate; procesele interne și istoria fiecărui domeniu, problematica lor ideologică și teoretică, nu pot fi disociate de procesele generale ale producției și comunicării imagistice, de problematica generală a imaginii în calitatea ei generică — definită prin grade sau conținuturi variabile de iconicitate și abstractivitate.
Dacă pînă la apariția fotografiei istoria culturii imagistice s-a desfășurat în cadrul uneia și aceleiași tehnici fundamentale de producție — tipul artistic (artizanal), sfera imaginii fiind, din acest punct de vedere, un spațiu omogen, odată cu inventarea și dezvoltarea mijloacelor — optico-mecanice, iar apoi electronice — de producție și comunicare, se naște o situație esențialmente nouă, o diversificare genetică privind natura și funcțiile imaginii, locul ei în relația obiect/imagine/concept, în balanța generală a cunoașterii și comunicării, a ideologicului și teoreticului.
Marcînd hotarul a două mari, radical deosebite perioade istorice în cultura imaginii, instaurarea noilor tehnici generează nu numai o nouă clasă de produse, dar o nouă diviziune socială, i.e. o redistribuire, o reorganizare a funcțiilor culturale ale activității creatoare de imagini. Atare schimbare nu a însemnat nici dispariția vechiului mod de producție-artizanal, guvernat de principiile calității și unicității, nici o simplă juxtapunere a noului mod de producție în care imaginea, prin condiția multiplicității, acționează ca agent al comunicației de masă. De-a lungul unui proces evolutiv (istoria culturii imagistice în curs de a se face nu e decît faza lui cea mai recentă) se stabilesc raporturi de interacțiune din care rezultă modificări în condiția de existență a imaginii artistice — de tip artizanal și, consecutiv, în liniile dezvoltării sale; se constituie un nou echilibru și o nouă ordine în lumea imaginii, mai vastă, mai bogată: expansiunea modernă a sferei imagistice nu este numai extensiune, ci și intensiune. Astfel, în perspectivă ecologică și în lumina ideii de complementaritate — principiu explicativ de largă aplicație, diversitatea fenomenelor imaginii devine inteligibilă, ca raționalitate, și conceptul diversității poate dobîndi valoare operațională.
Este important și de cel mai acut interes din unghi de vedere teoretic marxist faptul că istoria practicii imagistice din ultimii 150 de ani limpezește, amplifică și precizează conceptul istoricității imaginii. Demonstrează anume că această istoricitate nu e reductibilă la sfera gustului, la schimbările socialmente determinate — și secundar determinante — ale gustului; anume această perioadă a fost aceea care a pus în evidență nu numai istoricitatea modurilor fundamentale de producție imagistică, ci și faptul că producția este forța motrice a dezvoltării culturii imagistice; creativitatea, apariția unor noi tipuri — forțe, tehnici — de producție reprezintă factorul revoluționar al mișcării istorice a imaginii.
Redefinirea modernă a sistemului imaginii, noua distribuție a funcțiilor ei sociale se desfășoară prin medierea limbajelor aduse în stare activă de noile instrumente productive. Nu se pot despărți, desigur, aceste momente genetice de condițiile social-istorice. Însăși posibilitatea apariției lor, la un moment dat, este solidară, în cadrul unor raporturi complexe, cu procesul istoric de ansamblu al dezvoltării societății. Este relevantă, de altfel, concomitența transformărilor sferei imaginii cu transformările revoluționare social-politice, cu prima și a doua revoluție industrială, cu revoluția științifică și epistemologică a epocii contemporane, cu dezvoltarea demografică etc.
În fond, structurile imagistice noi intră în funcție, iar cele vechi se reorganizează sub presiunea necesității inexorabile, vitale, de a coda și fixa, în ceea ce s-a numit « text » cultural, situații noi ale umanului. Limbajele, ivite pe anumite trepte istorice — calificate structural prin ceea ce Mc Luhan numește « mesajul mediului » — sînt « angajate » istoric. Altfel spus, o situație umană nouă determină constitutiv imaginea ca punct de vedere nou asupra problemelor omului. Și dacă poate fi adevărat ce spune Bachelard « imaginile sînt mai puternice decît înseși obiectele », aceasta nu înseamnă decît a recunoaște universalitatea imaginii — putere a clarității în percepția realului și intelecția lumii.

A. M.

PORTRETUL IMAGINE ȘI STIL

GH. ANGHEL: Portret de femeie, bronz

Portretul Mariei de Mangop, broderie, 1476, Muzeul Mînăstirii Putna

Portretul este opera civilizațiilor evoluate deoarece el este rezultatul unei meditații de ordin superior. GALIENNE FRANCASTEL

1

4

3

5

6

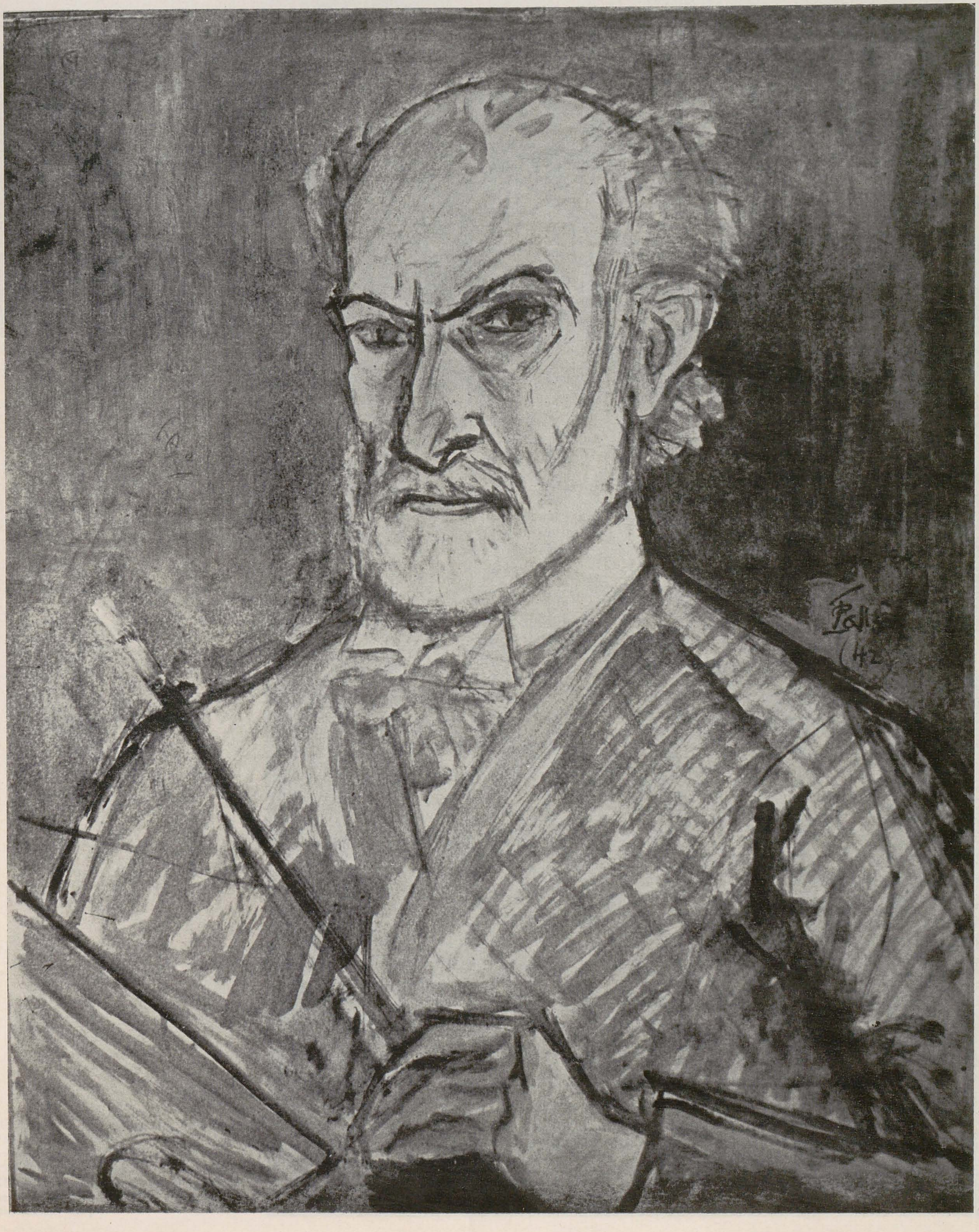
Cap de apostol, frescă (detaliu), secolul XV, Mînăstirea Voroneț

TH. PALLADY: Autoportret, ulei, col. Zambaccian (p. 11)

Portretul logofătului Tăutu, frescă (detaliu din tabloul votiv), secolul XV, Mînăstirea Bălinești

Ilustrațiile numerotate:

1. *MANOLE ZUGRAVU, DINU* și *ANGHEL:* Jupînița Elena, frescă (detaliu), 1810, Biserica din Căzănești-Vîlcea
2. Elena Borănescu, frescă (detaliu), 1819, Biserica din Pojogi-Vîlcea
3. *ION BITZAN:* Portret de țărancă din Făgăraș, ulei, 1957
4. Portret de ctitor, frescă, 1819, Biserica din Pojogi-Vîlcea
5. *PÂRVU MUTU:* Portret de copil din familia boierilor Cantacuzini, frescă (detaliu din tabloul votiv), Biserica din Filipeștii de Pădure — Prahova
6. *BRĂDUȚ COVALIU:* Portret, ulei



Adormirea Maicii Domnului, broderie (detaliu), 1510, Muzeul Mînăstirii Putna

CONSTANTIN și *DUMITRU ZUGRAVU:* Nicolae Săftoiu și Nicolae Roșca cu soțiile Maria și Ilinca, tempera pe lemn (detalii), 1847, Biserica de lemn din Lelești-Gorj

În istoria necesității sociale de artă, portretul apare și se dezvoltă ca imagine a raportului dintre om și lume. Această fundamentală funcție — cu statut ideologic — pe care se întemeiază practica portretului exprimă, în același timp, variabilitatea istorică a conceptelor plastice despre figurarea persoanei, corelativ cu orientarea ideologică a comenzii sociale; fluctuația lor a marcat mereu modificări ale structurii sociale și ale conștiinței despre situația omului în univers. În sfera artei românești se poate constata o particularitate manifestată pe fondul unei derivații de cultură bizantină: portretul reia, în contexte socio-culturale diferite, trăsăturile de stil ale imaginii votive — o fuziune de senzual și serafic, o solemnitate și o profunzime caracteristice pentru concepția autohtonă asupra omului și a trecerii sale prin lume. Alegînd exemplare semnificative dintr-un anume punct de vedere asupra stilului, am alcătuit un muzeu imaginar al portretului, ipoteză de lucru pentru o necesară istorie a ideii de om în cultura română. În atare perspectivă, portretul ne apare drept componentă esențială a unui sistem de referință al culturii în întregul ei; theoria imaginilor astfel constituită atestă puterea configuratoare de stil și relevanța portretului cît privește problema generală a valorilor calității, cunoașterea și evaluarea umanului. Reunind specii diverse ale practicii artistice — indistinct pictură, sculptură, broderie, opere ale artei vechi și moderne, rustice și urbane — am fost conduși de corespondențe și analogii spre conturarea unor vaste unități sau structuri colective ale stilului. Tot ceea ce marchează diversitatea vie, reală, a artei, își păstrează locul și importanța, dar ni s-a părut de o acută elocvență faptul că varietatea specifică poate fi ordonată în categorii supraspecifice, în sisteme formale stabile, cu o istorie evolutivă comună, caracterizante pentru această arie de cultură.

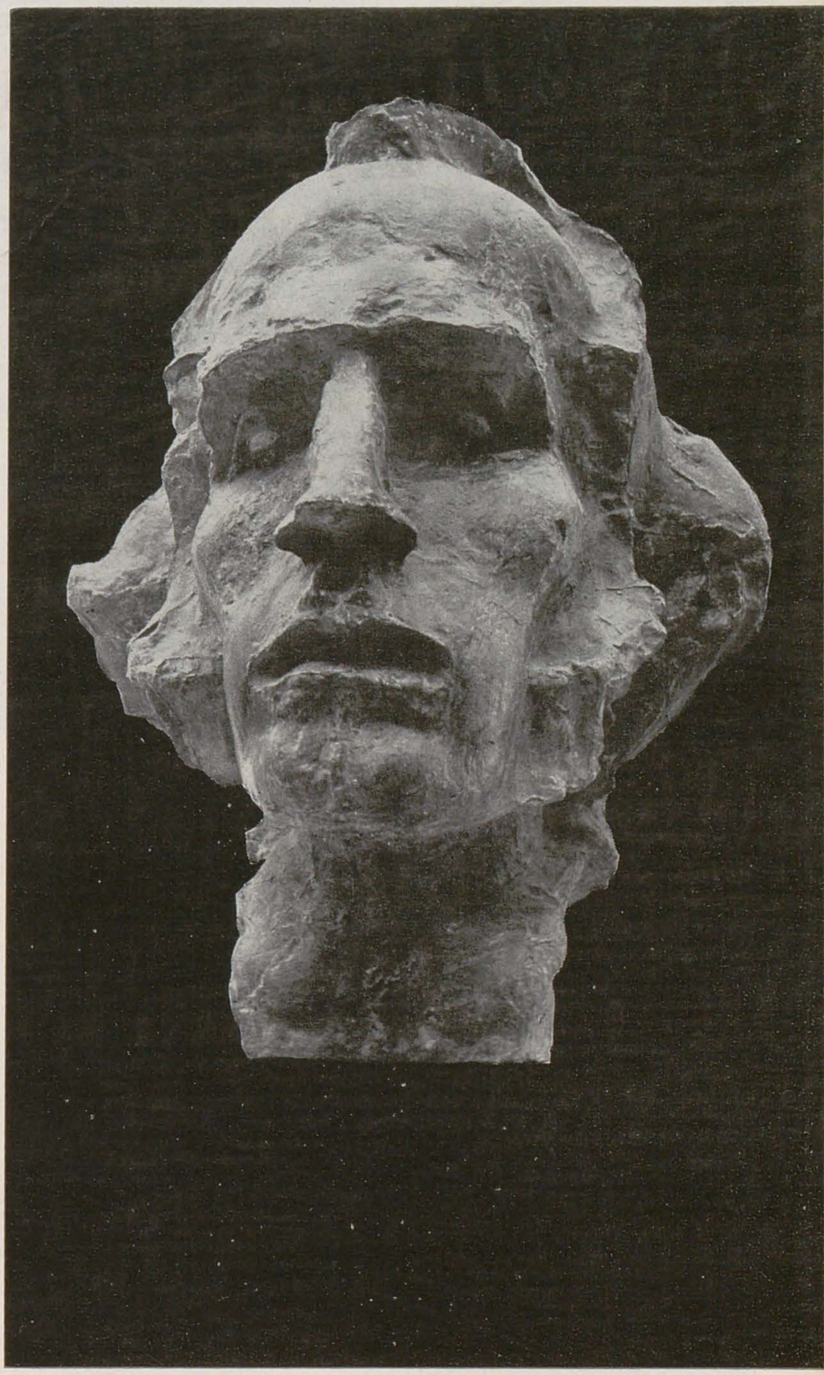
În portret, arta română atinge valori maxime ale stilului; acționează aici un proces ineluctabil și clar de concentrare a vieții în imagine, a imaginii în stil. Primatul conștiinței for-

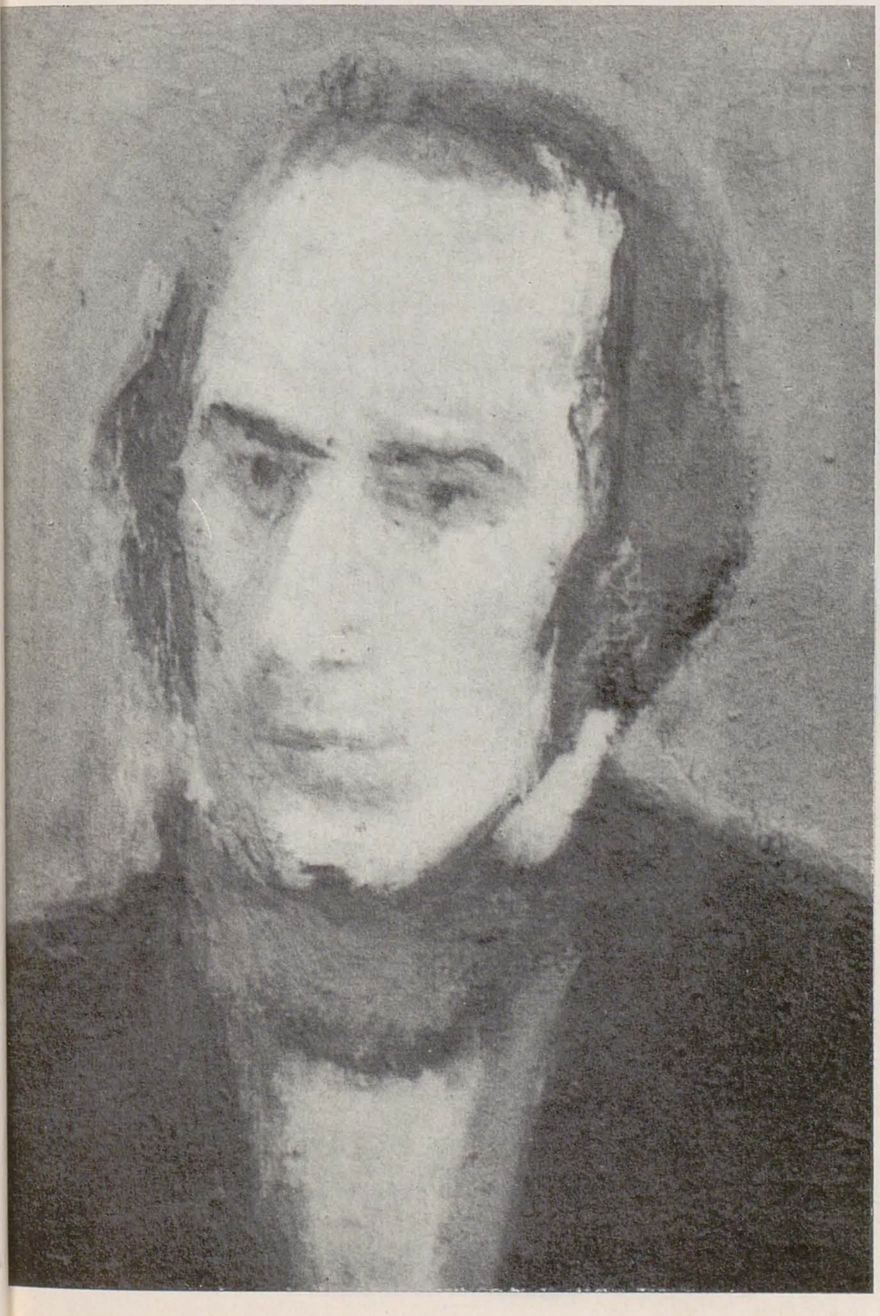
ROMUL LADEA: Horia, ghips

CONSTANTIN POPOVICI: Bacovia, ghips

LUCIAN GRIGORESCU: N. Bălcescu (detaliu), ulei

PAUL VASILESCU: N. Bălcescu, bronz





male, producînd existența absolută a imaginii (considerată generic, în afara delimitărilor figură/imagine, planeitate/volum, prezentare/reprezentare), instituie supradeterminarea stilistică funcției reprezentaționale: imaginea tinde constant către funcția simbolică. Transmutația imaginii perceptive — raport al realului (sub regimul disparității, variabilității, spontanului) în imagini elaborate — raport al imaginarului (sub regimul principiilor intelective, al rigorilor imaginației creatoare) asumă o particulară conștiință a condiției umane, o ideologie situată la limita între afirmarea persoanei și depășirea ei.
Atitudine a obiectivității, mesajul acesta — comportînd decentrarea — e dat în stil, care

PÂRVU MUTU: Portrete de copii din familia boierilor Cantacuzini, frescă (detaliu din tabloul votiv), Biserica din Filipeștii de Pădure — Prahova

PAUL VASILESCU: Portret, bronz

rezolvă contradicția: imaginea realității se supune realității imaginii; portretul, sustras determinării biografice, devine expresie transindividuală a persoanei.

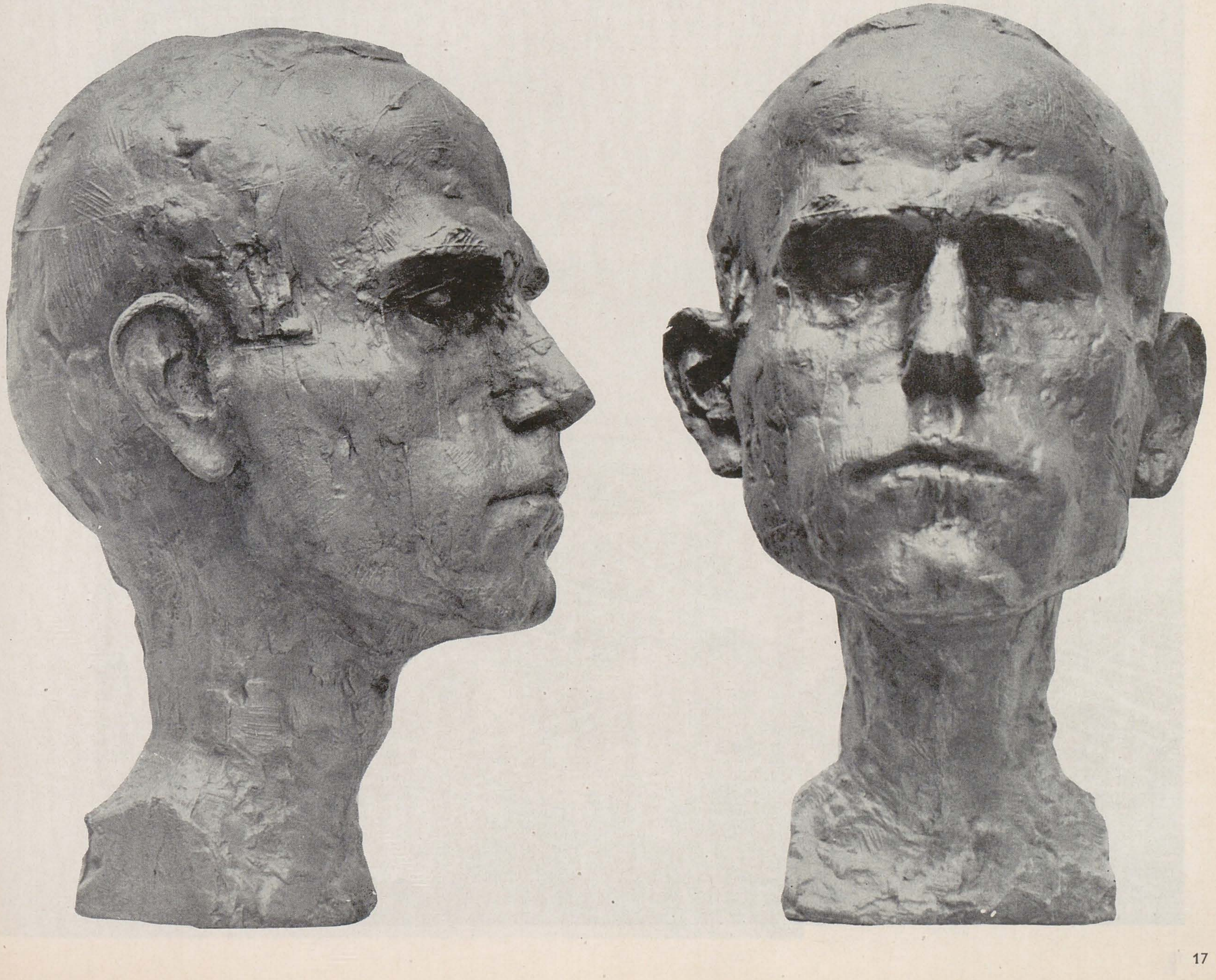
S-ar putea formula ipoteza că există un fond stilistic comun sau un program stilistic aparținînd colectivității, în care funcționează un număr restrîns de genotipuri stilistice; expresiile fenotipice, idiomuri stilistice, sînt reductibile la două principale linii filogenetice, divergente, dar fără o reală ruptură. Într-o regularitate a formelor structurante și calitative, portretul Mariei de Mangop, broderie, se întîlnește cu o sculptură de Gh. Anghel, un portret de Pârvu Mutu, artistul care dă forma cea mai dezvol-

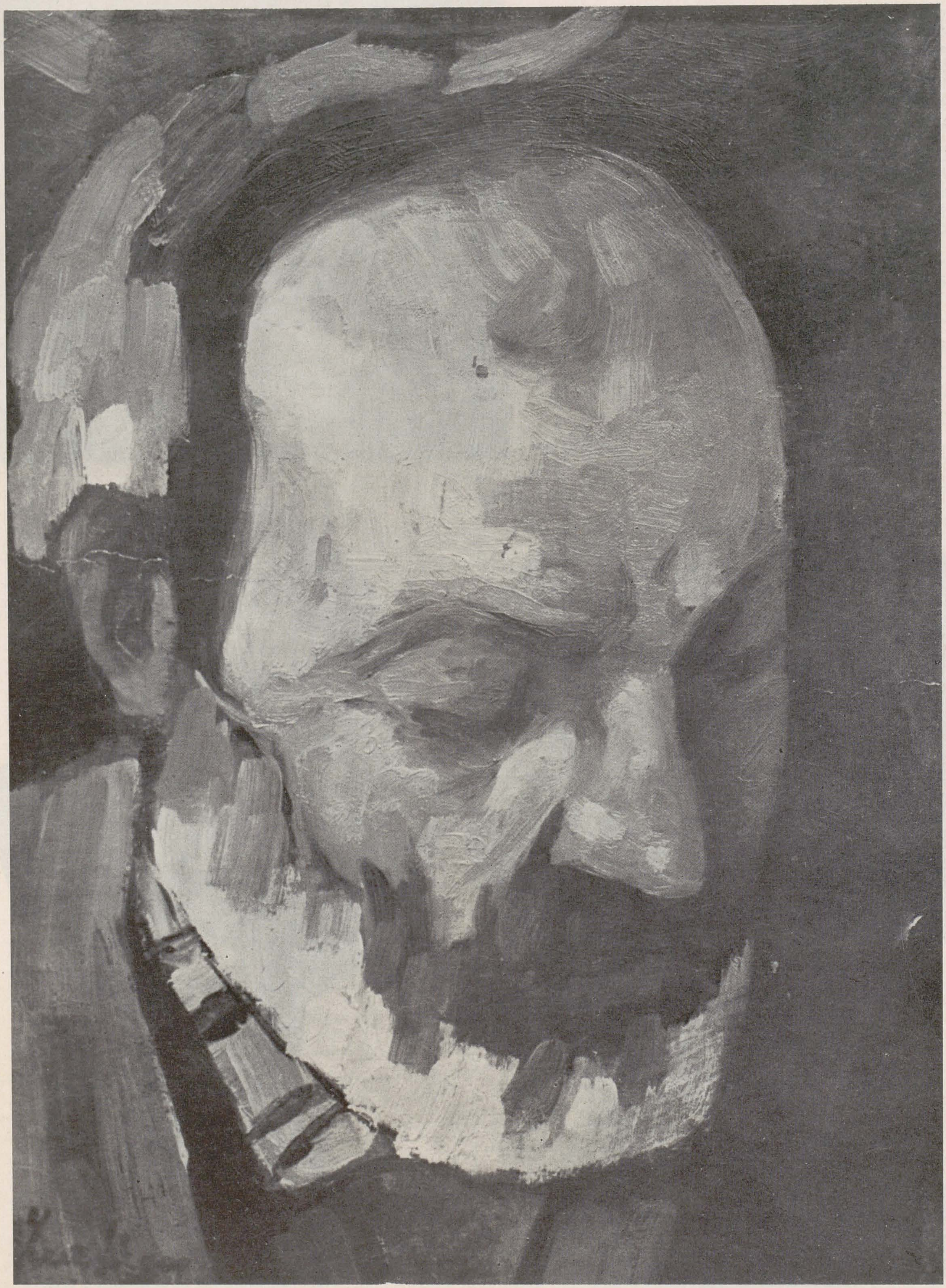
tată a picturii noastre medievale, cu o sculptură de acută actualitate a lui Paul Vasilescu; aceeași estetică austeră, de atitudine clasicistă, același plan stilistic fundamental se observă în seria Pârvu Mutu, un portret din din 1819 și un portret de Covaliu, iar pe altă linie filogenetică, de atitudine expresionistă, o broderie medievală stă alături de o pictură rustică, de portretul lui Gala Galaction al lui Tonitza, de un portret al lui Horia Bernea.

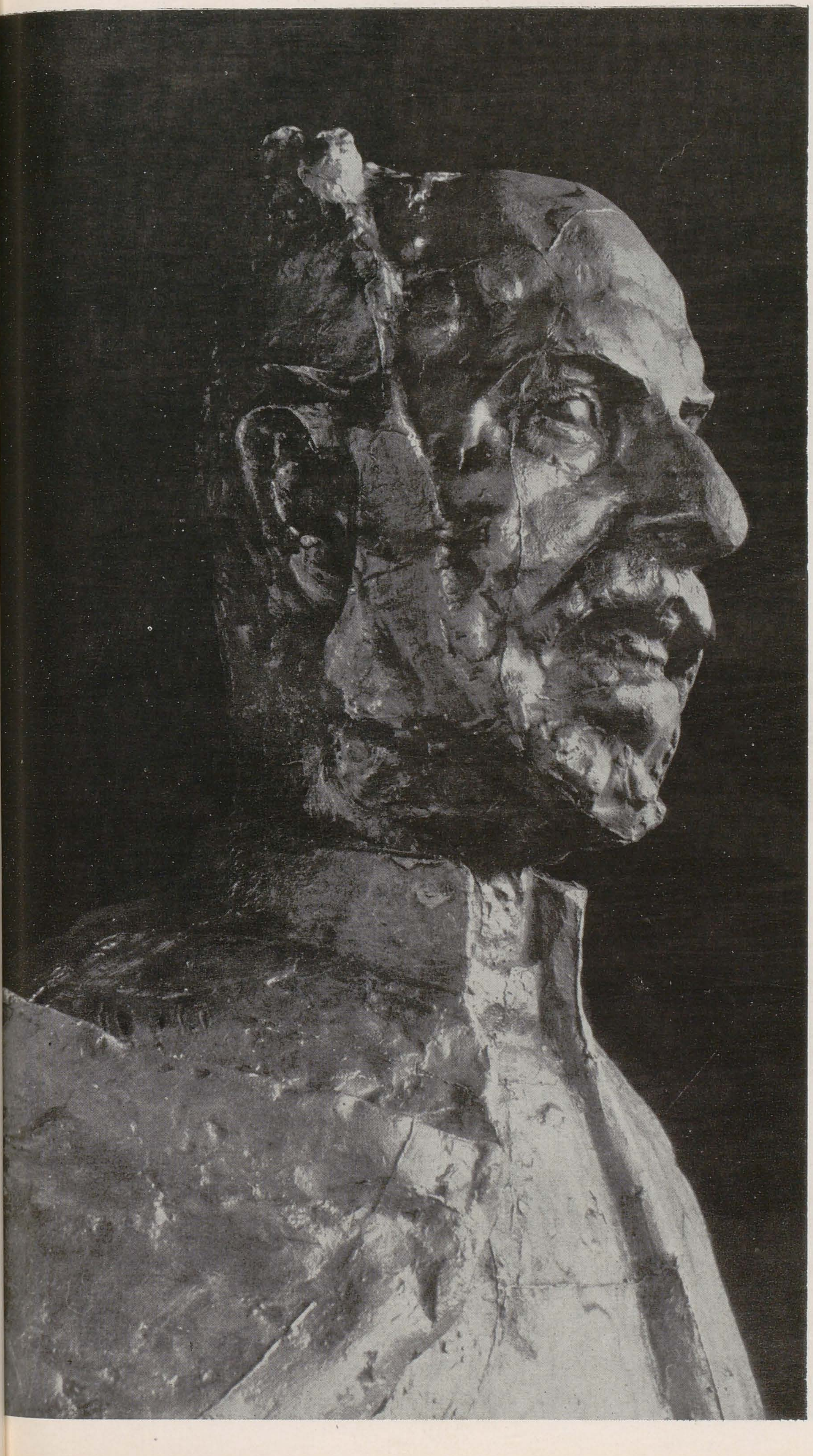
Recunoaștem în aceste serii culturale secvențiale coexistența unei stabilități a tiparelor stilistice de natura invarianței genetice (din punct de vedere antropologic constanța selectivă a tipurilor umane — teren aplicativ al stilului), cu variabilitatea caracterelor diferențiale exprimînd acțiunea factorilor de mediu social-istoric. Are loc, așadar, o flexibilitate genetică destul de mare încît să permită transformarea, evoluția, dată în însăși tensiunea dintre repetiție și invenție, stabilitate și mișcare. Dar această situație indică existența unei structuri specifice a istoricității stilistice, un curs propriu, relativ autonom și asincron față de timpul istoric al infrastructurii sau al altor forme suprastructurale, pentru ca, în limitele acestei istoricități, sisteme identice sau izomorfe de semnificanți să servească semnificații diferite.

Noutatea caracteristică devenirii istorice a condiției umane, unicitatea și irepetabilitatea actului creativ, factori ai veșnicei schimbări, își asigură perspectiva perpetuării prin acțiunea de sens contrar a eredității culturale, transmisie socială a factorilor de conservare. Pe aceste forme relativ stabile, dar angajate în evoluția istorică, asimilabile sistemelor « deschise » (Bertalanffy) — care se conservă de-a lungul unui flux continuu de schimburi cu mediul extern — se întemeiază acea coerență superioară, acea ordine instituțională a limbii artistice fără de care nu e posibilă comunicarea simbolică și creația culturală.

ANATOL MÂNDRESCU

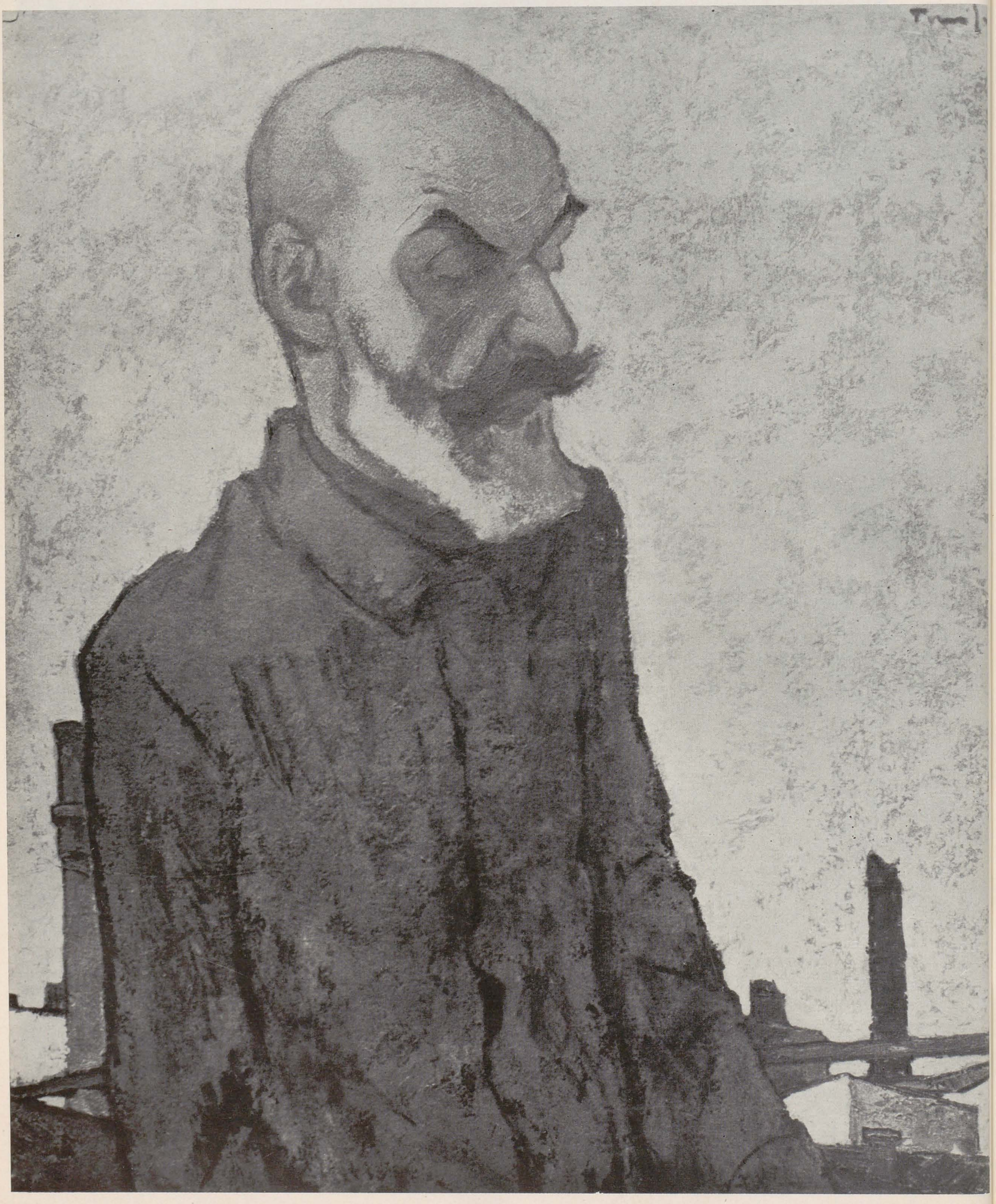


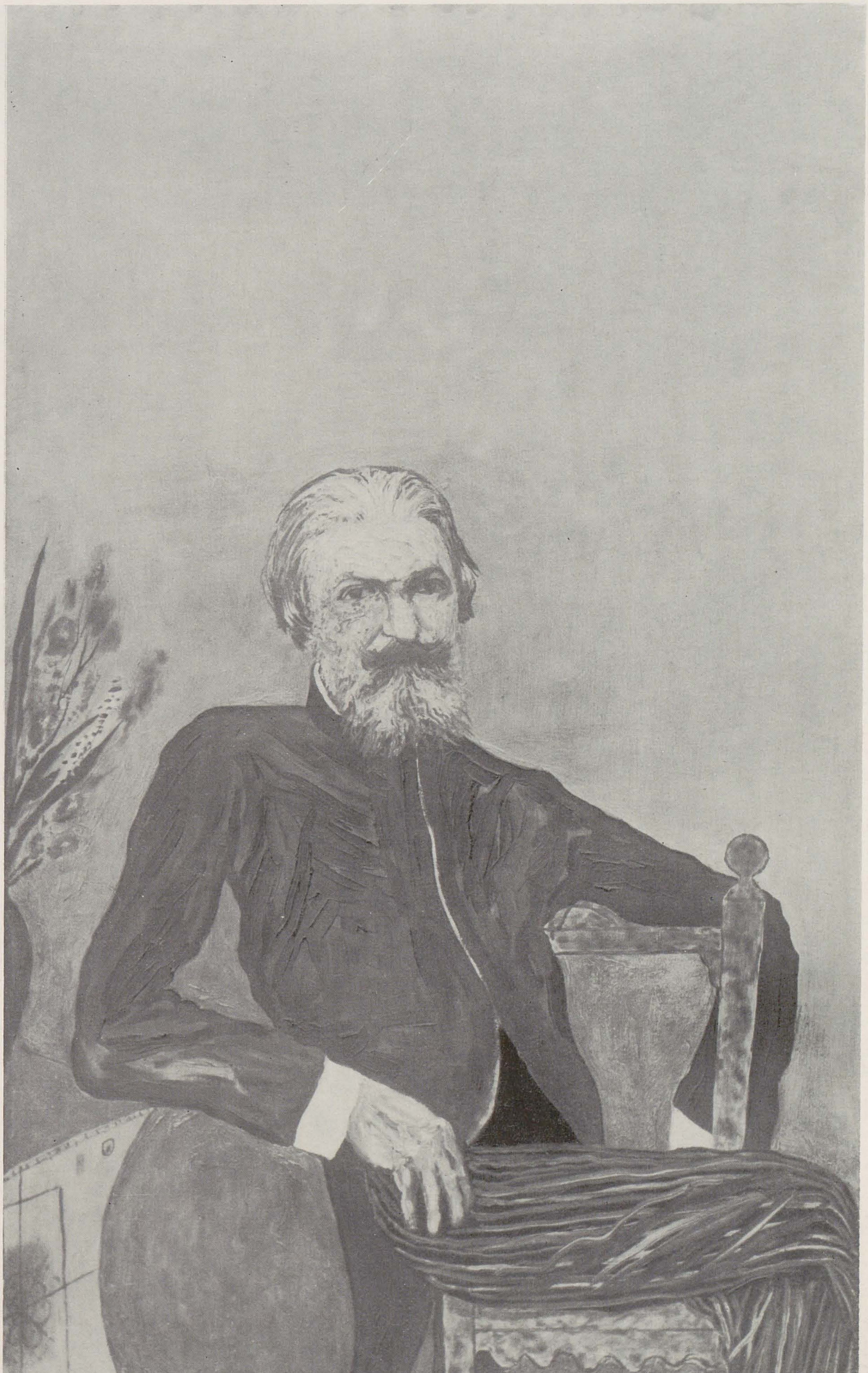




ȘTEFAN LUCHIAN: Moș Nicolae, ulei, col. Zambaccian

GH. ANGHEL: Th. Pallady (detaliu), bronz

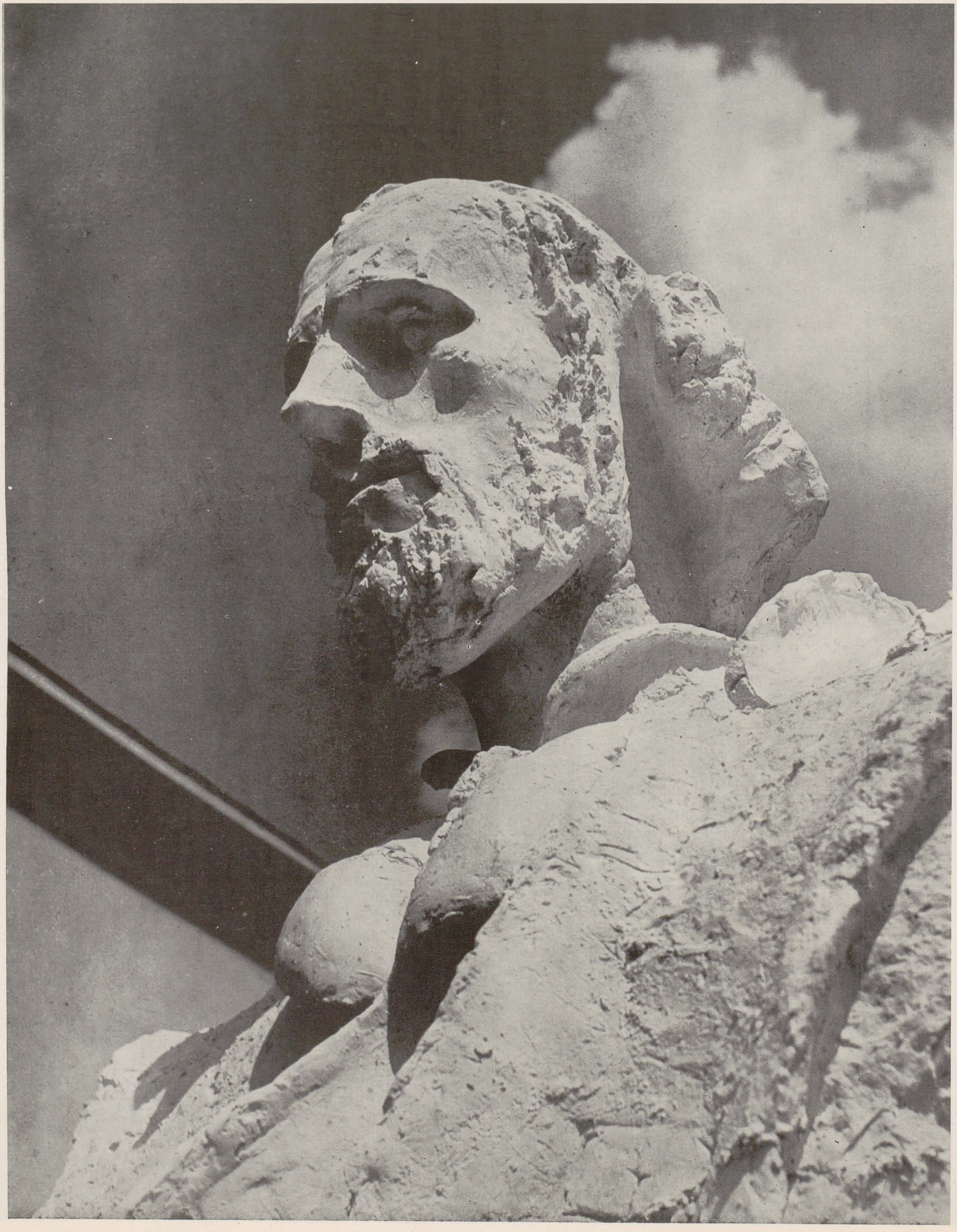




N. TONITZA: Portretul lui Gala Galaction, ulei, col. Zambaccian

HORIA BERNEA: Portretul lui Costache Negri, ulei

p. 22:
MIRCEA SPĂTARU: Bălcescu (detaliu), ghips



RETORICA IMAGINII

ROLAND BARTHES

Potrivit* unei vechi etimologii, cuvîntul *imagine* ar trebui legat de rădăcina lui *imitari*. Iată-ne deci dintr-o dată în chiar miezul celei mai importante probleme ce se poate pune semiologiei imaginilor: reprezentarea analogică (« copia ») poate ea oare produce adevărate sisteme de semne, şi nu doar nişte simple aglutinări de simboluri? Este oare de conceput un « cod » analogic — şi nu unul digital? Se ştie că lingviştii exclud din limbaj orice fel de comunicare prin analogie, începînd de la « limbajul » albinelor şi pînă la limbajul prin gesturi, din moment ce aceste comunicări nu sînt dublu articulate, adică fundamentate pînă la urmă pe o combinaţie de unităţi digitale, întocmai ca şi fonemele. Lingviştii nu sînt singurii care au suspectat natura lingvistică a imaginii; în numele unei idei mitice asupra Vieţii, opinia comună, în mod destul de vag, consideră şi ea imaginea ca rezistentă sensului: imaginea e re-prezentare, cu alte cuvinte reînviere, şi se ştie că inteligibilul este socotit drept opus al trăitului. Astfel, ambele părţi simt că analogia rămîne un sens sărac: unii sînt de părere că imaginea este un sistem foarte rudimentar în raport cu limba, iar ceilalţi că semnificaţia nu poate epuiza bogăţia inefabilă a imaginii. În fapt, chiar dacă, şi mai ales dacă imaginea, într-un anumit fel, pune o *limită* sensului, ea ne dă oricum posibilitatea de a reveni la o adevărată ontologie a semnificaţiei. În ce fel ajunge sensul la imagine? Unde se termină sensul? Şi dacă se termină, ce este *dincolo*? Aceasta e întrebarea pe care am dori să o punem aici supunînd imaginea unei analize spectrale a mesajelor pe care ea le-ar putea cuprinde. Dintru început ne vom acorda o înlesnire considerabilă: nu vom studia decît imaginea publicitară. De ce? Pentru că în publicitate semnificaţia imaginii este hotărît intenţională: anume atribute ale produsului formează *a priori* semnificaţii mesajului publicitar, aceşti semnificaţi trebuind să fie transmişi cît mai limpede posibil; dacă imaginea conţine semne, atunci putem fi siguri că în publicitate aceste semne sînt bogate şi formate în scopul unei mai lesnicioase citiri: imaginea publicitară e *directă*, sau cel puţin emfatică.

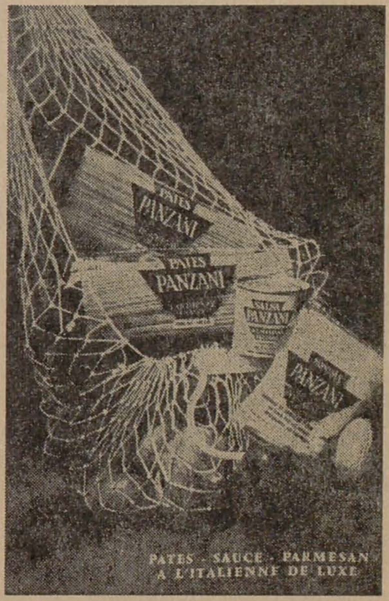
Cele trei mesaje

Iată o publicitate *Panzani*: pachete de paste făinoase, un săculeţ, roşii, cepe, ardei, o ciupercă, toate ieşind dintr-o plasă întredeschisă, în tente de galben şi verde pe fond roşu[1]. Să încercăm să « alegem crema » diferitelor mesaje ce le-ar putea conţine.

Imaginea livrează de îndată un prim mesaj a cărui substanţă e de natură lingvistică: suporturile sale sînt legenda marginală şi etichetele, acestea fiind inserate în firescul scenei, în mijloc, precum o piesă de blazon; codul din care e prelevat acest mesaj nu este altul decît cel al limbii franceze; pentru a fi descifrat, el nu pretinde altă ştiinţă decît a cititului şi a limbii franceze. La drept vorbind, acest mesaj poate fi şi el descompus, căci semnul *Panzani* livrează nu numai numele firmei, ci şi, prin asonanţa lui, un semnificat suplimentar care este — să-i spunem — « italienitatea »; mesajul lingvistic este aşadar dublu (în această imagine cel puţin): de denotaţie şi de conotaţie; totuşi, ţinînd seama de faptul că nu găsim aici decît un singur fapt tipic[2], şi anume cel al limbajului articulat (scris), nu vom lua în considerare decît un singur mesaj.

Mesajul lingvistic pus deci la o parte, rămîne imaginea pură (chiar dacă etichetele sînt incluse în ea cu titlu de anecdotă). Imaginea aceasta dă imediat în vileag o serie de semne discontinue. Iată mai întîi (n-are importanţă în ce ordine, căci semnele nu sînt liniare) ideea că în scena reprezentată e vorba de o întoarcere de la piaţă; acest semnificat implică el însuşi două valori de natură euforică: aceea a prospeţimii produselor şi aceea a pregătirii culinare pentru care sînt destinate; semnificantul acestui semnificat este plasa întredeschisă care lasă să se împrăştie pe masă cumpărăturile, ca la « despachetare ». Pentru a citi acest prim semn e suficient să avem cunoştinţă de nişte deprinderi proprii unei largi arii de civilizaţie, în care « a-şi face singur piaţa » se opune aprovizionării expeditive (conserve, frigidere) caracteristice unei civilizaţii mai « mecanice ». Un al doilea semn este aproape tot atît de evident: semnificantul său e îmbinarea roşiei cu ardeiul şi cu tenta tricoloră (galben, verde, roşu) a afişului, semnificatul este Italia, sau mai degrabă *italienitatea;* acest semn este într-un raport de redundanţă cu semnul conotat al mesajului lingvistic (asonanţa italiană a numelui *Panzani*); cunoştinţele mobilizate de acest semn au deja o notă mai particulară: sînt cunoştinţe proprii « francezului » (italienii nu ar fi în stare să perceapă conotarea numelui propriu şi nici italienitatea roşiei şi a ardeiului), fundamentată pe anumite stereotipuri turistice. Continuînd să explorăm imaginea (ceea ce nu înseamnă că ea nu ar fi de la bun început limpede), descoperim fără nici o greutate cel puţin încă două semne: unul dintre ele, datorită grupării unor obiecte diverse, transmite ideea unui serviciu culinar total, ca şi cum, pe de o parte, *Panzani* ar furniza tot ce poate folosi pregătirii unui fel de mîncare, iar pe de alta ca şi cum concentratul aflat în cutie ar egala produsele naturale dimprejurul ei, scena devenind întrucîtva punte de legătură între originea produselor şi starea lor ultimă; în celălalt semn, compoziţia evocînd amintirea atîtor picturi alimentare, trimite la un semnificat estetic: anume la « natura moartă », ori, cum mult mai bine i se spune în alte limbi, « still living »[3]; în cazul de faţă cunoştinţele sînt de nivel strict cultural. Am putea sugera ideea că acestor patru semne li se adaugă încă o ultimă informaţie: aceea chiar care ne arată că e vorba de publicitate şi care provine atît din locul acordat imaginii în revistă, cît şi din insistenţa cu care revin etichetele *Panzani* (fără să mai vorbim de legendă); această ultimă informaţie este însă extensivă scenei; ea scapă oarecum semnificaţiei în măsura în care natura publicitară a imaginii este în primul rînd funcţională: a profera ceva nu înseamnă neapărat: *vorbesc* decît numai în cazul unor sisteme deliberat reflexive cum este literatura.

Iată deci patru semne pentru această imagine, semne despre care vom presupune că alcătuiesc un ansamblu coerent — căci toate sînt discontinue, că obligă la nişte cunoştinţe în general culturale şi trimit la semnificaţi, fiecare în parte fiind global (de pildă, *italienitatea*) şi pătruns de valori euforice; vom vedea aşadar cum mesajului lingvistic îi urmează un al doilea mesaj de natură iconică. Să fie oare asta tot? Dacă *retragem* din imagine toate aceste semne, încă mai rămîne un anumit material informaţional; lipsit de orice alte cunoştinţe, eu continui să « citesc » imaginea, să « înţeleg » că ea întruneşte în acelaşi spaţiu nu numai forme şi culori, ci şi un anumit număr de obiecte identificabile (ce pot fi numite). Semnificaţii acestui cel de al treilea mesaj sînt formaţi din obiectele reale ale scenei, iar semnificanţii — din aceleaşi obiecte fotografiate, deoarece



e evident că în reprezentarea analogică raportul dintre lucrul semnificat şi imaginea semnificantă nemaifiind « arbitrar » (aşa cum se întîmplă în limbaj), nu mai e nevoie să pregăteşti releul unui al treilea termen, în speţă imaginea psihică a obiectului. Ceea ce specifică cel de al treilea mesaj este faptul că efectiv raportul dintre semnificat şi semnificant este aproape tautologic; de bună seamă că fotografia implică un anumit aranjament al scenei (cadraj, reducţie, aplatisare), însă această trecere nu înseamnă *transformare* (aşa cum poate fi o codificare); există aici o pierdere de echivalenţă (proprie adevăratelor sisteme de semne) şi o poziţie de cvasiidentitate. Altfel spus, semnul acestui mesaj nu mai este extras dintr-o rezervă instituţională, el nu este codificat, şi avem de-a face cu paradoxul (asupra căruia vom reveni) unui *mesaj fără cod*[4]. Această particularitate o întîlnim la nivelul cunoştinţelor investite în lectura mesajului: pentru a « citi » acest ultim (sau prim) nivel al imaginii nu avem nevoie de alte cunoştinţe decît acelea care sînt ataşate de percepţia noastră: ele nu sînt nule, căci trebuie să ştim ce anume este o imagine (copiii nu ştiu acest lucru decît pe la patru ani) şi ce e o roşie, o plasă, un pachet de paste făinoase: este vorba totuşi de cunoştinţe aproape antropologice. Acest mesaj corespunde oarecum literal cu imaginea, şi vom conveni să-l denumim mesaj literal, prin opoziţie cu mesajul

* Extras din *communications* nr. 4/1964.

[1] Descrierea fotografiei este făcută cu prudenţă, ea constituind deja un meta-limbaj. Vezi reproducerea.

[2] Vom denumi *semn tipic* semnul unui sistem în măsura în care substanţa sa îl defineşte îndeajuns: semnul verbal, semnul iconic, semnul gestual sînt tot atîtea semne tipice.

[3] În limba franceză termenul de « nature morte » se referă la prezenţa în unele tablouri a unor obiecte funebre, un craniu de pildă.

[4] Cf. *Le message photographique*, în *Communications*, nr. 1, p. 127.

precedent care este un mesaj « simbolic ».

Dacă lectura noastră este satisfăcătoare, fotografia analizată ne propune deci trei mesaje: un mesaj lingvistic, un mesaj iconic codificat și un mesaj iconic necodificat. Mesajul lingvistic se lasă despărțit fără nici o dificultate de celelalte două; dar aceste mesaje, amîndouă cu aceeași substanță (iconică), în ce măsură avem noi oare dreptul să le distingem unul de celălalt? Fără îndoială că distincția dintre cele două mesaje nu se face spontan la nivelul lecturii curente: privitorul imaginii primește *în același timp* și mesajul perceptiv și mesajul cultural, iar mai tîrziu vom vedea că această suprapunere de lecturi corespunde funcției imaginii de mase (de care ne ocupăm aici). Distincția are totuși o validitate operatorie, analogă aceleia care ne permite să deosebim în semnul lingvistic un semnificant de un semnificat, cu toate că, în fapt, nimeni niciodată nu poate despărți « cuvîntul » de sensul lui, afară doar dacă s-ar recurge la metalimbajul unei definiții: dacă distincția permite o descriere coerentă și simplă a structurii imaginii, descriere care să pregătească o explicație a rolului imaginii în societate, atunci o vom considera îndreptățită. Trebuie deci să revenim asupra fiecărui tip de mesaj pentru a-l explora în generalitatea lui, fără a pierde din vedere faptul că încercăm să înțelegem structura imaginii în ansamblul ei, adică raportul dintre cele trei mesaje. Totuși, deoarece nu mai poate fi vorba de o analiză « naivă », ci de o descriere structurală[5], vom modifica puțin ordinea mesajelor intervertind mesajul cultural și mesajul literal; cît despre cele două mesaje iconice, primul este întrucîtva imprimat peste cel de al doilea: mesajul literal apare ca *suportul* mesajului simbolic. Dar noi știm că un sistem care se încarcă cu semnele unui alt sistem pentru a-și face din ele propriii semnificanți este un sistem de conotație; vom spune deci imediat că imaginea literală este *conotată*. Vom studia așadar pe rînd mesajul lingvistic, imaginea denotată și imaginea conotată.

Mesajul lingvistic

Este cumva limbajul lingvistic constant? Există întotdeauna text în imagine, sau dedesubt, ori în jurul ei? Pentru a întîlni imagini fără cuvinte trebuie să ne întoarcem înapoi la societățile parțial analfabete, adică la o stare pictografică a imaginii; în fapt, odată cu apariția cărții, legătura dintre text și imagine este frecventă: această legătură pare să fi fost puțin studiată din punct de vedere structural; care este structura semnificantă a « ilustrației »? Dublează oare imaginea anumite informații date de text, printr-un fenomen de redundanță, ori textul este cel ce adaugă imaginii o informație inedită? Problema ar putea fi pusă dintr-un unghi istoric în ceea ce privește epoca clasică, care a avut pasiunea cărților cu figuri (nu era de conceput în veacul al XVIII-lea ca Fabulele lui La Fontaine să nu fie ilustrate) și în care autori ca abatele Menestrier și-au pus întrebări asupra raporturilor dintre figură și discurs[6]. Astăzi, la nivelul comunicațiilor de mase, se pare că mesajul lingvistic este prezent în toate imaginile: în chip de titlu, de legendă, ca articol de presă, ca dialog de film, ca *fumetto;* vedem deci că nu este foarte just să se vorbească de o civilizație a imaginii: sîntem încă, mai mult ca oricînd, o civilizație a scrisului[7], fiindcă scrisul și cuvîntul sînt întotdeauna termeni bogați în structură informațională. În fapt, singura care contează e prezența mesajului lingvistic deoarece nici locul pe care îl ocupă și nici lungimea lui nu par pertinente (datorită conotației, un text lung poate să nu comporte decît un semnificat global, și tocmai acest semnificat este pus în raport cu imaginea). Care sînt funcțiunile mesajului lingvistic în raport cu mesajul iconic (dublu)? Se pare că ar exista două: *ancorajul* și *releul*.

După cum vom vedea de îndată, orice imagine e polisemică, ea implicînd, subiacent semnificanților, un « lanț flotant » de semnificați, lectorul putînd alege pe unii dintre ei și ignora pe alții. Polisemia stîrnește o întrebare asupra sensului; în fapt această întrebare ne apare întotdeauna ca o disfuncție, chiar dacă disfuncția e recuperată de societate sub forma unui joc tragic (Dumnezeu mut nu permite o alegere între semne) sau poetic (« fiorul sensului » — panic al vechilor greci); chiar și în cinematograf, imaginile traumatice sînt legate de o incertitudine (de o neliniște) în ceea ce privește sensul obiectelor sau al atitudinilor. De aceea, în orice societate se dezvoltă tehnici diverse destinate să *fixeze* lanțul flotant al semnificaților, în așa fel încît să combată teroarea semnelor incerte: mesajul lingvistic este una dintre aceste tehnici. La nivelul mesajului literal, cuvîntul răspunde, într-un fel mai mult sau mai puțin direct, mai mult sau mai puțin parțial, la întrebarea: *ce este?* Ea ajută la identificarea pur și simplu a elementelor scenei și chiar la identificarea scenei: e vorba de o descriere denotată a imaginii (descriere adeseori parțială) sau — conform terminologiei lui Hjelmslev — de o *operație* (opusă conotației). Funcția denominativă corespunde într-adevăr unui ancoraj al tuturor sensurilor posibile (denotate) ale obiectului, prin recursul la nomenclatură; în fața unui fel de mîncare (publicitatea *Amieux*) pot ezita să identific formele și volumele; legenda (« orez cu thon și ciuperci ») mă ajută să aleg *nivelul de percepție potrivit;* îmi permite să-mi acomodez nu numai vederea, ci și capacitatea de înțelegere. La nivelul mesajului « simbolic », mesajul lingvistic nu mai ghidează identificarea, ci interpretarea, constituind deci un fel de menghine care împiedică sensurile conotate să prolifereze fie spre regiuni prea individuale (cu alte cuvinte, el limitează puterea proiectivă a imaginii), fie spre valori dysforice; o publicitate — conservele *Arcy* — prezintă cîteva fructe împrăștiate pe jos în jurul unei scări; legenda (« *ca și cum ați fi făcut înconjurul livezii dumneavoastră* ») înlătură un semnificat posibil (parcimonie, recoltă proastă) pentru că ar fi neplăcut și orientează lectura spre un semnificat măgulitor (caracterul natural și personal al fructelor din livada proprie); legenda acționează aici ca un contratabu, combătînd mitul ingrat al artificialului), de obicei atașat conservelor. De bună seamă că altundeva decît în publicitate ancorajul poate fi ideologic, acesta fiind desigur și principala lui funcție; textul îl *conduce* pe lector printre semnificații imaginii, îl face să-i evite pe unii și să-i primească pe alții; printr-un *dispatching* adeseori subtil îl teleghidează spre un sens dinainte ales. În toate aceste cazuri de ancoraj, limbajul are evident o funcție de elucidare, însă această elucidare este selectivă, este vorba de un meta-limbaj aplicat nu totalității mesajului iconic, ci numai unora dintre semnele sale; textul este, într-adevăr, dreptul de privire al creatorului (și deci al societății) asupra imaginii: ancorajul este un control, el avînd, în fața forței proiective a imaginilor, răspunderea folosirii mesajului; în raport cu libertatea semnificaților imaginii, textul are o valoare *represivă*[8], și ne dăm seama pentru ce la nivelul său sînt investite îndeosebi morala și ideologia unei societăți.

Ancorajul este cea mai frecventă funcție a mesajului lingvistic; o întîlnim în mod obișnuit în fotografia de presă și în publicitate. Funcția de releu este mai rară (cel puțin în ceea ce privește imaginea fixă); o găsim mai ales în desenele umoristice și în benzile desenate. În acest caz, graiul (de cele mai multe ori o porțiune de dialog) și imaginea sînt într-un raport complementar; cuvintele sînt atunci niște fragmente ale unei sintagme mai generale, avînd aceleași drepturi ca și imaginile, iar unitatea mesajului se face la un nivel superior: cel al istoriei, al anecdotei, al diegezei (ceea ce confirmă deplin faptul că diegeza trebuie tratată ca un sistem autonom). Rar în imaginea fixă, acest cuvînt releu devine foarte important în cinematograf, unde dialogul nu are o simplă funcție de elucidare, dar unde ea face într-adevăr să avanseze acțiunea dispunînd în suita mesajelor sensuri ce nu apar în imagine. Cele două funcțiuni ale mesajului lingvistic pot evident coexista într-un același ansamblu iconic, însă predominanța uneia sau alteia fără îndoială că nu e indiferentă în economia generală a operei; atunci cînd cuvîntul are o valoare diegetică de releu, informația e mai costisitoare deoarece necesită învățarea unui cod digital (limba); atunci cînd are o valoare substitutivă (de ancoraj, de control), imaginea este aceea care deține încărcătura informativă și, avînd în vedere că imaginea e analogică, informația este întrucîtva mai « leneșă »: în unele benzi desenate, destinate unei lecturi « grăbite », diegeza este încredințată mai ales cuvîntului, imaginea culegînd informațiile atributive, de ordin paradigmatic

---

[5] Analiza « naivă » este o enumerare de elemente, descrierea structurală vrînd să sesizeze raportul acestor elemente în virtutea principiului solidarității termenilor unei structuri: dacă un termen se schimbă, și celelalte se schimbă.

[6] *L'art des emblèmes*, 1684.

[7] Fără îndoială că întîlnim imagini fără cuvinte, însă cu titlu paradoxal, în unele desene umoristice; absența cuvîntului arată întotdeauna o intenție enigmatică.

[8] Acest lucru se vede bine în cazul paradoxal cînd imaginea este construită după text și, în consecință, controlul ar părea inutil. O publicitate care ar dori să dea de înțeles că într-o anumită cafea aroma este « prizoniera » produsului prelucrat, și deci că la folosire o vom regăsi intactă, figurează deasupra propoziției o cutie de cafea prinsă într-un lanț cu lacăt; în cazul de față metafora lingvistică (« prizonieră ») este luată literal (procedeu poetic bine cunoscut), dar în fapt prima citită este imaginea, iar textul care a format-o devine pînă la sfîrșit o simplă alegere a unui semnificat printre altele: represiunea se află în circuit sub forma unei banalizări a mesajului.

(statutul stereotip al personajelor): se procedează în așa fel încît mesajul costisitor și mesajul discursiv să coincidă, pentru a evita cititorului grăbit plictiseala unor « descrieri » verbale, încredințate în cazul de față imaginii, adică unui sistem mai puțin « laborios ».

Imaginea denotată

Am văzut că în imaginea propriu-zisă deosebirea dintre mesajul literal și cel simbolic era operatorie; nu întîlnim niciodată (cel puțin în publicitate) o imagine literală în stare pură; chiar dacă am ajunge la o imagine în întregime « naivă », ea s-ar întîlni imediat cu simbolul naivității și s-ar completa printr-un al treilea mesaj, simbolic. Caracterele mesajului literal nu pot fi așadar substanțiale, ci numai relaționale; există mai întîi, am putea spune, un mesaj privativ, constituit din ceea ce rămîne în imagine atunci cînd ștergem (mental) semnele conotației (a le scoate cu adevărat nu ar fi posibil, căci ele pot impregna întreaga imagine, așa cum e cazul « compoziției cu natură moartă »); această stare privativă corespunde în mod natural unei plenitudini de virtualități: este vorba de o absență de sens încărcată de toate sensurile; există apoi (și acesta nu e în contradicție cu celălalt) un mesaj suficient, deoarece are măcar un sens la nivelul identificării scenei reprezentate; litera imaginii corespunde în fond primului grad al inteligibilului (dincolo de acest grad, cititorul nu ar percepe decît linii, forme și culori), dar acest inteligibil rămîne virtual tocmai datorită sărăciei lui, căci orice om provenit dintr-o societate reală dispune întotdeauna de cunoștințe superioare cunoștințelor antropologice și percepe mai mult decît literele; privativ și suficient deopotrivă, înțelegem că, într-o perspectivă istorică, mesajul denotat poate apărea ca o stare adamică a imaginii: descotorosindu-se la modul utopic de conotațiile sale, imaginea ar deveni radical obiectivă; adică, pînă la urmă, inocentă.
Acest caracter utopic al denotării este în mod considerabil întărit prin paradoxul deja enunțat și care face ca fotografia (în starea ei literală), prin însăși natura sa absolut analogică, să pară că ar constitui într-adevăr un mesaj fără cod. Totuși analiza structurală a imaginii trebuie să se specifice aici, căci dintre toate imaginile numai fotografia este cea care are forța de a transmite informația (literală) fără să o formeze cu ajutorul semnelor discontinue și al regulilor de transformare. Trebuie așadar să opunem fotografia, mesaj fără cod, desenului, care, chiar și denotat, este tot un mesaj codificat. Natura codificată a desenului apare la trei nivele: mai întîi, a reproduce un obiect sau o scenă prin desen obligă la un ansamblu de transpuneri *reglementate;* nu există vreo natură anume a copiei picturale, iar codurile de transpunere sînt istorice (mai ales în ceea ce privește perspectiva); apoi operația desenării (codificarea) obligă de îndată la un anumit partaj între semnificant și nesemnificant; desenul nu reproduce *totul*, și adeseori chiar foarte puțin, fără a înceta totuși de a fi un mesaj puternic, pe cînd fotografia, dacă își poate alege subiectul, cadrajul și unghiul de vedere, nu poate interveni în *interiorul* obiectului (decît numai prin trucaj); altfel spus, denotația desenului e mai puțin pură decît denotația fotografică, deoarece desen fără stil nu există niciodată; în sfîrșit, ca orice cod, desenul necesită ucenicie (Saussure atribuia o mare importanță acestui fapt semiologic). Are cumva codificarea mesajului denotat consecințe asupra mesajului conotat? Este cert că o codificare a literei pregătește și facilitează conotarea, deoarece dispune de o anumită discontinuitate în imagine: « factura » unui desen constituie o conotație; dar în același timp, în măsura în care desenul își afișează codificarea, raportul dintre cele două mesaje se modifică; nu mai e vorba de raportul dintre o natură și o cultură (ca în cazul fotografiei), este vorba de raportul dintre două culturi: « morala » desenului nu este morala fotografiei.
În fotografie, efectiv — cel puțin la nivelul mesajului literal — raportul dintre semnificați și semnificanți nu este unul de « transformare », ci de « înregistrare », iar absența oricărui cod întărește în mod evident mitul « naturalului » fotografic: scena *este* acolo, captată mecanic și nu uman (mecanicitatea reprezintă aici gajul obiectivității); intervențiile omului într-o fotografie (cadrajul, distanța, lumina, fluul, raff-panorama etc.) aparțin toate planului de conotație; totul se petrece ca și cum de la început ar exista (chiar și utopic) o fotografie brută (frontală și netă), pe care omul ar dispune, grație unor tehnici anume, niște semne provenind din codul cultural. Numai opoziția dintre codul cultural și codul non-cultural poate, se pare, dezvălui caracterul specific al fotografiei, permițînd în același timp să ne dăm seama de dimensiunile revoluției antropologice pe care aceasta o reprezintă în istoria omului, căci tipul de conștiință pe care ea îl implică este într-adevăr fără precedent; efectiv, fotografia nu instalează conștiința de *a-fi-acolo* a lucrului (pe care orice copie l-ar putea provoca), ci conștiința de *a-fi-fost-acolo*. Este vorba deci de o nouă categorie a spațiului-timp: imediat locală și anterior temporală; se produce în fotografie o alăturare ilogică între *aici* și *altădată*. Deci numai la nivelul acestui mesaj denotat sau mesaj fără cod putem noi înțelege pe deplin *irealitatea reală* a fotografiei; irealitatea ei este cea de *aici*, căci fotografia nu e niciodată trăită ca o iluzie, ea nu este nicidecum o *prezență*, și trebuie să ne mulțumim cu caracterul magic al imaginii fotografice; realitatea ei însă este aceea de *a-fi-fost-acolo*, căci există întotdeauna în orice fotografie uluitoarea evidență a acelui: *așa s-a petrecut;* posedăm atunci, minune rară, o realitate față de care ne simțim la adăpost. Acest soi de echilibru temporal (*a-fi-fost-acolo*) diminuează probabil puterea proiectivă a imaginii (foarte puține teste psihologice recurg la fotografie, în schimb foarte multe recurg la desen): ideea de *așa a fost* învinge pe aceea de *eu sînt*. Dacă aceste observații sînt într-o oarecare măsură îndreptățite, atunci ar trebui să integrăm fotografia în simpla conștiință spectatorială și nu într-o conștiință a ficțiunii, care este mai proiectivă, mai « magică », și de care ar depinde în mare cinematograful; am fi astfel autorizați să vedem între cinematograf și fotografie o opoziție radicală și nu o simplă diferență de grad: cinematograful nu ar fi fotografie animată; în cinematograf, ideea de *a-fi-fost-acolo* ar dispărea în beneficiul aceleia de *a-fi-acolo* a lucrului; aceasta ar explica faptul că poate exista o istorie a cinematografului fără veritabilă ruptură de artele anterioare ale ficțiunii, în timp ce fotografia, într-un anumit fel, ar scăpa istoriei (în ciuda evoluției tehnicilor și a ambițiilor artei fotografice) și ar reprezenta un fapt antropologic « mat », cu desăvîrșire nou și totodată de neîntrecut; pentru prima dată în istoria sa, umanitatea ar cunoaște *mesaje fără cod;* așadar fotografia nu ar fi nicidecum ultimul termen (ameliorat) al marii familii a imaginilor, ci ar corespunde unei mutații capitale în economia informației.
În orice caz, imaginea denotată, în măsura în care ea nu implică nici un fel de cod (este cazul fotografiei publicitare), joacă în structura generală a mesajului iconic un rol special pe care putem începe a-l preciza (vom reveni asupra acestei chestiuni atunci cînd ne vom ocupa de cel de al treilea mesaj): imaginea denotată dă un caracter natural mesajului simbolic, iar artificiului semantic al conotării (foarte dens, mai ales în publicitate) un caracter de inocență; cu toate că afișul *Panzani* este încărcat de « simboluri », în fotografie stăruie totuși un fel de *a-fi-acolo* natural al obiectelor, în măsura în care mesajul literal este suficient: natura pare să producă în mod spontan scena reprezentată; simplei validități a sistemelor direct semantice i se substituie pe ascuns un pseudoadevăr; absența codului dezintelectualizează mesajul deoarece pare să fundamenteze în natură semnele culturii. Iată de bună seamă un paradox istoric important: cu cît tehnica dezvoltă mai mult posibilitățile de difuzare a informațiilor (și mai cu seamă a imaginilor), cu atît furnizează mai multe mijloace de a masca sensul construit sub aparența sensului dat.

Retorica imaginii

Am văzut că semnele celui de al treilea mesaj (mesaj « simbolic », cultural sau conotat) erau discontinue; chiar și atunci cînd semnificantul pare a ocupa întreaga imagine, el rămîne totuși un semn separat de celelalte: « compoziția » comportă un semnificat estetic, aproape la fel ca și intonația, care, deși suprasegmentată, este un semnificant izolat al limbajului; așadar aici avem de-a face cu un sistem normal ale cărui semne sînt luate dintr-un cod cultural (chiar dacă legătura dintre elementele semnului apare mai mult sau mai puțin analogică). Ceea ce constituie originalitatea acestui sistem este faptul că numărul lecturilor unei aceleiași lexii (a aceleiași imagini) variază după indivizi: în publicitatea Panzani care a fost analizată, am reperat patru semne de conotație; probabil mai sînt și altele (plasa, de pildă, poate însemna pescuitul miraculos, abundența etc.). Totuși diversitatea lecturilor nu este anarhică, ea depinde de diferitele cunoștințe investite în imagine (cunoștințe practice, naționale, culturale, estetice), cunoștințe care pot fi clasate, care pot ajunge la o tipologie; totul se petrece ca și cum imaginea ar fi dată spre lectură mai multor persoane, aceste persoane putînd foarte bine coexista într-un singur individ: *aceeași lexie mobilizează lexice diferite*. Ce este un lexic? Este o

porţiune a planului simbolic (al limbajului) care corespunde unui corp de practici şi de tehnici [10]; este exact cazul cu diferitele lecturi ale imaginii: fiece semn corespunde unui corp de « atitudini »: turismul, mesajul, cunoştinţele despre artă, unele dintre ele putînd evident lipsi la nivel de individ. Există în acelaşi om o pluralitate şi o coexistenţă de lexice, numărul şi identitatea acestor lexice formînd, ca să spunem aşa, *idiolectul* fiecăruia. Astfel, conotaţia imaginii ar fi constituită dintr-o arhitectură de semne extrase dintr-o adîncime variabilă de lexice (*idiolecte*), fiecare lexic, oricît de « adînc » ar fi el, rămînînd codificat, dacă, aşa cum se crede astăzi, psyché-ul însuşi este articulat ca un limbaj; sau mai bine spus: cu cît « coborîm » mai adînc în adîncul psihic al unui individ, cu atît semnele se fac mai rare şi devin clasabile: ce poate fi mai sistematic decît lecturile Rorschach? Varietatea lecturilor nu poate deci ameninţa « limba » imaginii, dacă admitem că această limbă e compusă din idiolecte, lexice ori subcoduri: imaginea este în întregime străbătută de sistemul sensului după cum omul se articulează pînă în adîncurile lui din limbajuri distincte. Limba imaginii nu este numai un ansamblu de cuvinte emise (de pildă la nivelul combinatorului de semne al creatorului de mesaj), ci şi un ansamblu de cuvinte primite [11]: limba trebuie să includă « surprizele » sensului.

O altă dificultate legată de analiza conotaţiei este aceea că specificităţii semnificaţilor ei, nu îi corespunde un limbaj analitic specific; cum să denumeşti semnificaţii conotaţiei? Pentru unul dintre aceştia am riscat termenul de *italienitate*, celelalte însă nu pot fi desemnate decît prin cuvinte luate din limbajul curent (preparaţie-culinară, natură-moartă, abundenţă): meta-limbajul care trebuie să se încarce cu ele în momentul analizei nu este *special*. Asta înseamnă o piedică, pentru că aceşti semnificaţi au o natură semantică specifică; în calitate de *semă* de conotaţie « *abundenţa* » nu acoperă exact « abundenţa » în sens denotat; semnificantul de conotaţie (în cazul de faţă profuzia şi condensarea produselor) reprezintă parcă cifrul esenţial al tuturor abundenţelor posibile, sau, mai mult încă, al celei mai pure idei de abundenţă; dar cuvîntul denotat nu trimite niciodată la esenţă, căci e prins întotdeauna într-o frază accidentală, într-o sintagmă continuă (aceea a discursului verbal), orientat spre o anumită tranzitivitate practică a limbajului: dimpotrivă, sema « abundenţă » este un concept în stare pură, rupt de orice sintagmă, lipsit de orice context; el corespunde unui fel de stare teatrală a sensului, sau mai bine zis (căci e vorba de un semn fără sintagmă) unui sens *expus*. Pentru a reda aceste semne de conotaţie, ar fi deci nevoie de un meta-limbaj special: în ce ne priveşte am riscat termenul *italienitate;* tocmai barbarismele de acest gen sînt cele ce ar putea să explice mai bine semnificaţii de conotaţie, căci sufixul *tas* (indo-european, *td*) era folosit pentru a se forma un substantiv abstract dintr-un adjectiv: *italienitatea* nu este Italia, ci esenţa condensată a tot ceea ce poate fi italian, începînd de la spaghetti şi pînă la pictură. Acceptînd să reglementăm într-un fel artificial — şi la nevoie într-un fel barbar — numirea semnelor de conotaţie, s-ar facilita analiza formei lor [12]; aceste seme se organizează evident în cîmpuri asociative, în articulaţii paradigmatice, poate chiar în opoziţii, după anumite parcursuri sau, după cum spune A. J. Greimas, după anumite axe semice [13]: *italienitate* aparţine unui anumit ax al naţionalităţilor alături de francitate, germanitate sau de hispanitate. Reconstituirea acestor axe, care dealtminteri ulterior se pot opune una alteia, evident că nu va fi posibilă decît atunci cînd se va fi procedat la un inventar masiv al sistemelor de conotaţie, nu numai al imaginii, ci şi al altor substanţe, căci deşi conotaţia are semnificanţi tipici, în conformitate cu substanţele folosite (imagine, vorbire, obiecte, comportamente), ea îşi pune în comun toţi semnificaţii: aceiaşi semnificaţi îi vom regăsi în presa scrisă, în imagine sau în gestul actorului (de aceea nu se poate concepe semiologia decît într-un cadru, ca să spunem aşa, total); acest domeniu comun al semnificaţilor de conotaţie este cel al *ideologiei*, care nu poate fi decît unică pentru o societate şi o istorie date, oricare ar fi semnificanţii de conotaţie la care recurge.

Ideologiei generale îi corespund într-adevăr semnificanţi de conotaţie care se specifică după substanţa aleasă. Acestor semnificanţi le vom da numele de *conotatori*, iar ansamblului de conotatori *retorică:* retorica apare astfel ca faţa semnificantă a ideologiei. În mod fatal, retoricele variază prin substanţa lor (aici sunetul articulat, acolo imaginea, gestul etc.), dar nu neapărat prin forma lor; este chiar probabil să nu existe decît o singură *formă* retorică, comună de pildă visului, literaturii şi imaginii [14]. Astfel retorica imaginii (adică clasamentul conotatorilor săi) e specifică în măsura în care e supusă unor constrîngeri fizice de viziune (diferite de constrîngerile fonatorii, de pildă), fiind însă generală în măsura în care « figurile » nu sînt niciodată altceva decît nişte raporturi formale de elemente. Retorica aceasta nu va putea fi constituită decît pornind de la o inventariere destul de largă, dar putem prevedea încă de pe acum că vom întîlni aici cîteva dintre figurile reperate odinioară de Antici şi de Clasici [15]; astfel roşia semnifică *italienitatea* prin metonimie; altundeva, o secvenţă de trei scene (cafea boabe, cafea măcinată şi cafea savurată) degajează prin simplă juxtapunere un anumit raport logic, în acelaşi fel ca un asindet. Este foarte posibil ca, dintre metabole (sau figuri de substituire a unui semnificant cu un altul) [16], metonimia să fie aceea care procură imaginii cel mai mare număr de conotatori; iar dintre parataxe (sau figuri ale sintagmei) asindetul să fie cel dominant.

Lucrul cel mai important însă — pentru moment cel puţin — nu este inventarierea conotatorilor, ci faptul de a înţelege că în imaginea totală aceştia constituie nişte *trăsături discontinue* sau mai bine spus « eratice ». Conotatorii nu ocupă întreaga lexie, lectura lor nu o epuizează. Cu alte cuvinte (şi aceasta ar putea fi o propunere valabilă pentru semiologie în general) nu toate elementele lexiei pot fi transformate în conotatori, căci în discurs stăruie întotdeauna o anumită denotaţie, fără de care tocmai discursul nu ar fi posibil. Acest lucru ne duce îndărăt la mesajul 2, sau imagine denotată. În publicitatea *Panzani*, legumele mediteraneene, compoziţia, profuzia chiar, apar ca nişte blocuri eratice, izolate şi în acelaşi timp încastrate într-o scenă generală avînd propriul ei spaţiu şi, aşa cum am văzut, propriul ei « sens »: ele sînt « prinse » într-o sintagmă *care nu este a lor, dar care este a denotaţiei*. Aceasta este o propunere importantă, căci ea ne permite să fundamentăm (retroactiv) deosebirea structurală a mesajului 2, sau literal, şi a mesajului 3, sau simbolic, şi să precizăm funcţia naturalizantă a denotaţiei în raport cu conotaţia; noi ştim acum *în mod foarte exact că sintagma mesajului denotat este aceea care « naturalizează » sistemul conotat.* Sau altfel spus: conotaţia nu este altceva decît sistem, ea nu se poate defini decît în termeni de paradigmă; denotaţia iconică nu este altceva decît sintagmă, ea asociază elemente fără sistem: conotatorii discontinui sînt legaţi, actualizaţi, « vorbiţi » prin sintagma denotaţiei: lumea discontinuă a simbolurilor plonjează în istoria scenei denotate ca într-o baie purificatoare de inocenţă. Prin aceasta vedem că în sistemul total al imaginii funcţiunile structurale sînt polarizate; există pe de o parte un fel de condensare paradigmatică la nivelul conotatorilor (adică, în mare, al « simbolurilor »), care sînt nişte semne puternice, eratice şi, am putea spune, « reificate », şi pe de altă parte ca o « masă în fuziune » sintagmatică la nivelul denotaţiei: nu trebuie să uităm că sintagma rămîne întotdeauna foarte aproape de vorbire şi că « discursul » iconic este cel care îi naturalizează simbolurile. Fără a voi să inferăm prea timpuriu, începînd de la imagine la semiologia generală, putem totuşi îndrăzni să spunem că universul sensului total este sfîşiat lăuntric (structural) între sistem — ca fapt al culturii şi sintagmă — ca natură: operele comunicărilor de mase, toate, întrunesc în ele, străbătînd dialectici felurite şi felurit izbutite, fascinaţia unei naturi, care este aceea a povestirii, a diegezii, a sintagmei şi inteligibilitatea unei culturi, refugiate în cîteva simboluri discontinue, pe care oamenii le « declină » la adăpostul graiului lor viu.

În româneşte de IRINA FORTUNESCU

---

[10] Cf. A.J. Greimas, *Les problèmes de la description mécanographique*, în *Cahiers de Lexicologie*, Besançon, 1, 1959 p. 63.

[11] În perspectiva lui Saussure, vorbire însemna îndeosebi ceea ce este emis, luat din limbă (şi constituind-o în retur). Astăzi trebuie să lărgim noţiunea de limbă, mai ales din punct de vedere semantic: limba este « abstracţia totalizantă » a mesajelor emise şi *primite*.

[12] *Formă*, în sensul precis dat de Hjelmslev, ca organizare funcţională a semnificaţilor între ei.

[13] A.J. Greimas, *Cours de Sémantique*, 1964; caiete şapirografiate de Şcoala normală superioară din Saint-Cloud.

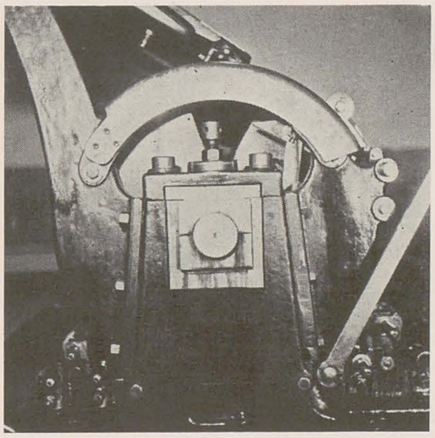
[14] Cf. E. Benveniste, *Remarques sur la fonction du langage dans la découverte freudienne*, în *La Psychanalyse*, 1, 1956, p. 3—16.

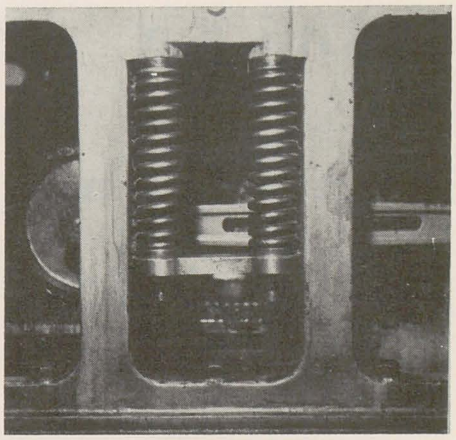
[15] Retorica clasică va trebui regîndită în termeni structurali (este obiectul unei lucrări în curs) şi poate atunci va fi posibil să se stabilească o retorică generală sau lingvistică a semnificanţilor de conotaţie valabilă pentru sunetul articulat, pentru imagine, gest etc.

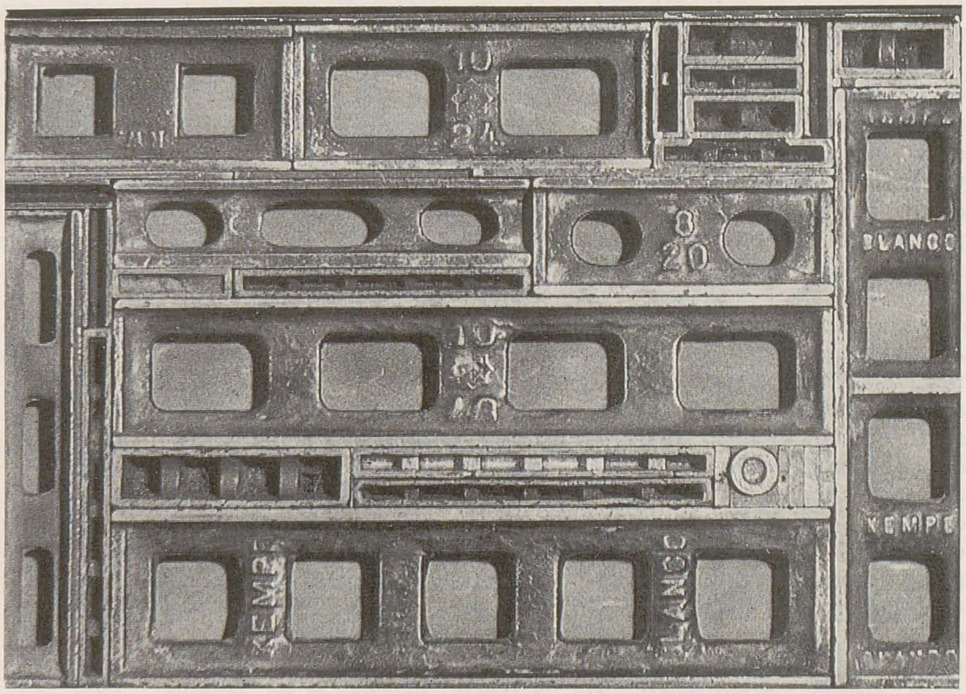
[16] Vom prefera să eludăm aici opoziţia făcută de Jakobson între metaforă şi metonimie, căci dacă metonimia, prin originea sa, este o figură a contiguităţii, în final ea funcţionează totuşi ca un substitut al semnificantului, cu alte cuvinte, ca o metaforă.

LABORATOR

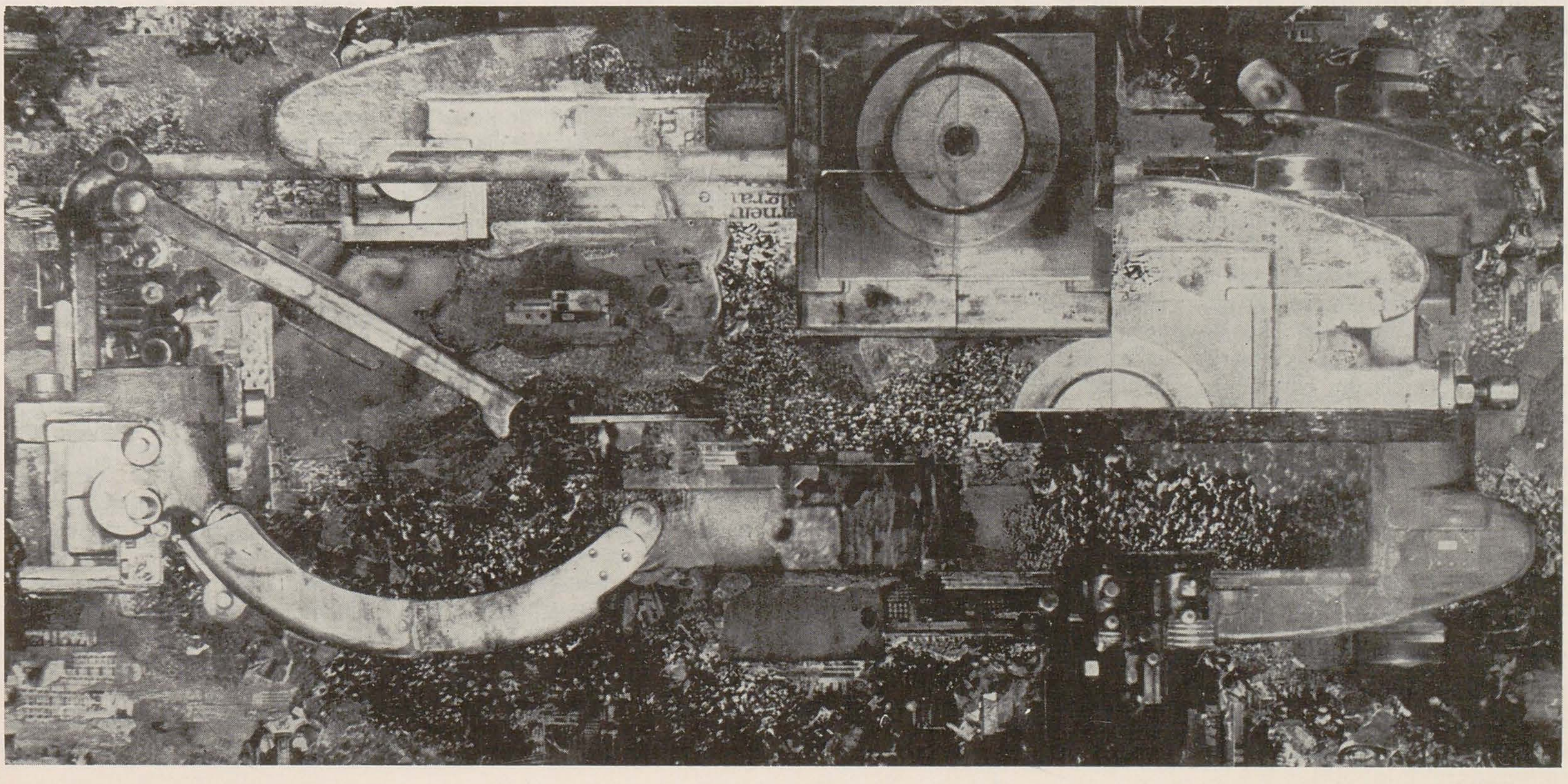
GETA BRĂTESCU







Prezintă interes ca document de antropologie culturală operația de punere în lumină a unor stimuli și comportamente artistice sesizabile în configurația actuală a plasticii românești. Evident, situarea în perspectiva antropologiei culturale comportă validitatea lucrului în planul existenței artistice.
În aceste imagini ale Getei Brătescu, stimul e un anumit mediu al graficianului, tipografia, continuînd tema seriei de gravuri mai vechi cu *Ateliere*. Artistul operează acum, prin decupaje fotografice revelatoare, țintind omologia structurală dintre aparat tehnic și aparat biologic. Metafora, condusă în termenii retoricii *obiectului* găsit, instituie imaginea unui fabulos ustensil aclimatizat în orizontul afectiv. Astfel ambigue, procedeele obiectivității optice (fotograma, colajul) nasc paradoxul unui *patos al distanțării* care se poate aprecia prin raportare la estetica expresionismului brechtian. ANCA ARGHIR



Schița unui plan de dezvoltare

PUNCTE DE VEDERE

Măreţul program de dezvoltare a ţării, trasat de cel de-al XI-lea Congres al P.C.R., în care rolul industriei creşte foarte mult, impune, neîntîrziat, găsirea unor soluţii potrivite dezvoltării *design*-ului spre un nivel corespunzător, depăşind înapoierea de azi şi flagranta discrepanţă în care se află faţă de nivelul actual şi mai ales faţă de cel de mîine al industriei. Aşa cum s-a arătat într-un articol precedent*, una din primele măsuri ar fi crearea unui sistem complex de învăţămînt de specialitate, mediu şi superior. Acţiunea ar presupune, înainte de toate, o reformă radicală a ceea ce azi se numeşte convenţional design, pedagogia artistică din şcolile elementare şi medii, ba chiar din sistemul de educaţie al preşcolarilor. Un atare sistem, experimental şi foarte elastic la început, ar avea menirea să construiască un nou *tip de educaţie vizuală*, întemeiată pe cele mai noi date ştiinţifice — de la psihologia formei şi topologie pînă la socio-psihologie, matematici, mecanică şi electronică — care să creeze o nouă optică asupra lumii formelor, atît marelui public, cît şi, mai ales, viitorilor *designeri*. Ei vin azi din licee anchilozaţi de o educaţie de cele mai multe ori mimetică, aşa-zis « artistică », învăţaţi să repete pe dinafară, automat, formele din natură sau obiectele, fără a pricepe structura sau mecanica lor, fără a avea noţiuni despre elementele constitutive ale formelor şi despre valenţele lor.

Educaţia vizuală este necesară şi în învăţămîntul superior, dar nu numai la facultăţile sau institutele de arte sau tehnice, ci şi la cele economice sau umanistice. Astfel de cursuri, numite frecvent *basic design*, sînt azi nelipsite din programele multor mari universităţi din lume, depinzînd de obicei de aşa-numitele « Centre de educaţie vizuală » sau « Arte vizuale ». Sistemul de învăţămînt ar mai presupune înfiinţarea unor şcoli medii de design, pe specialităţi, poate depinzînd de unele unităţi industriale, înfiinţarea unui *Institut independent de industrial design*, precum şi a unor *facultăţi de programare a producţiei industriale şi marketing* la institutele de ştiinţe economice. De asemenea ar mai trebui poate creat un *Centru naţional de design*, ale cărui sarcini ar consta, pe de o parte, în elaborarea unor studii teoretice, precum şi din crearea unor prototipuri industriale etalon; iar pe de altă parte în organizarea documentării şi informării pe plan republican. În sfîrşit, opinăm că ar trebui instituţionalizată întreaga acţiune, creîndu-se un for specializat de stat.

Nu încape îndoială că astfel de ţeluri nu pot fi atinse imediat, în actualele condiţii. De aceea s-ar impune un plan de acţiune şi organizare eşalonat, de pildă, pe trei etape.

În prima etapă ar trebui întreprinsă o intensă activitate de documentare şi studii pentru a se găsi cele mai bune forme: organizatorice, tehnice şi pedagogice, în care să fie încadrată întreaga acţiune de ridicare a nivelului *industrial design*-ului.

Concomitent, cîteva colective compuse din specialişti cu mare experienţă şi deosebit de bine pregătiţi în acest domeniu ar trebui să studieze, în cele mai însemnate centre de design, institute de învăţămînt sau birouri de design ale unor mari industrii din lume, pentru a se găsi şi a se alege cele mai adecvate forme, experimentate, potrivit condiţiilor concret istorice ale dezvoltării economiei româneşti, precum şi culturii româneşti moderne. O astfel de acţiune — primordială şi esenţială pentru elaborarea întregului plan de dezvoltare — trebuie pregătită şi îndeplinită cu maximum de seriozitate, de ea depinzînd în cea mai mare măsură rezultatele finale.

În aceeaşi perioadă s-ar situa şi constituirea primului nucleu al viitorului *Centru naţional de design*, care, în afara sarcinilor curente, ar pregăti structura viitoarei organizaţii republicane, precum şi a centrelor pe ramuri industriale sau centre generale pe regiuni.

În prima etapă ar trebui înfiinţate şi primele forme tranzitorii de învăţămînt (dintre care unele funcţionează de pe acum), reprezentînd, cu deosebire, experienţe pregătitoare pentru viitorul sistem complex de învăţămînt al *industrial design*-ului propriu-zis. Experimentarea unei noi pedagogii se impune prin caracterele specifice ale unei noi vizualităţi, dominată de *design*, domeniu de creaţie caracteristic erei maşiniste. El nu poate fi definit doar ca o relaţie între « frumos » şi « util », cum se face, încă, din păcate, deseori, în mod diletantist! El este, în ultimă analiză, chintesenţa expresiei fuziunii dintre ARTĂ şi TEHNICĂ, ce a atins un nivel atît de înalt în epoca noastră. Relaţiile dintre util şi frumos, precum şi chiar cele dintre artă şi tehnică, sînt străvechi. Dar între era *design*-ului — a produsului de serie mare industrială, a *supermarketing*-ului — pe de o parte, şi era breslaşă, artizanală, premaşinistă, era seriei mici şi a unicatului, pe de altă parte, este o deosebire uriaşă. Mai mult: *industrial design*-ul are deja o istorie de peste un veac şi jumătate. Dacă este adevărat că, virtualmente, *design*-ul s-a născut odată cu maşina, nu e mai puţin adevărat că această unealtă complexă a evoluat atît de mult pînă la faza automatizării totale, încît azi condiţiile concepţiei prototipului sînt radical schimbate. Totodată au evoluat într-un ritm ameţitor şi factorii generali — economici, ergonomici, socio-psihologici sau conjuncturali. De aceea, operaţia *design*-ului actual se află literalmente cuprinsă în sfera optimalizării procesului industrial-economic, chiar dacă el depinde esenţialmente de conceptul cultural-artistic al epocii.

Astfel, încadrarea învăţămîntului de *design* într-unul din vechile sisteme pedagogice este imposibilă. În general, sistemele pedagogice se constituie cu greu, doar ca rezultat al unor îndelungi experienţe, verificate. Dar, odată instaurate, ele se schimbă şi mai greu, se menţin cu străşnicie, chiar dacă sînt de multă vreme depăşite. Aşa, de pildă, deşi Şcoala *Bauhaus* — prima încercare revoluţionară de a reforma pedagogia academistă de arte — punea, încă din 1919, la baza întregului proces de învăţămînt, drept criteriu estetic director, condiţiile economice şi tehnice ale procesului industrial, institutele de *design* propriu-zise au început a se forma abia după vreo 20 — 30 de ani. Iar azi faza pedagogiei *Bauhaus* este şi ea în bună parte depăşită.

În orice caz, vechiul sistem « beleartist », fie al academiilor de arhitectură, fie al celor de arte frumoase, nu poate răspunde nicicum noilor cerinţe pedagogice ale învăţămîntului de tip *design*. Fără a se autodizolva, academiile nu pot asimila noua estetică a obiectului, specifică civilizaţiei maşiniste în faza sa cibernetică. Cheia de boltă a întregului sistem academist se află tocmai în detaşarea artistului de orice condiţie prealabilă, în sensul în care el

---

* Vezi revista « Arta » nr. 6 din 1975.

creează un unicat de a cărui utilitate decide. Mai mult, academismul se sprijină esențialmente pe funcția de reprezentare, de reflectare a artei, în contradicție flagrantă cu *design*-ul, care este, înainte de orice, creație independentă: obiect nou introdus în *environment* și inexistent înainte. Iată de ce un institut de *design* nu este și nici nu poate fi o Academie de Bele Arte modernizată! El trebuie să constituie o organizație pedagogică funciarmente nouă, putînd răspunde cerințelor societății actuale.

Pînă la faza finală a procesului ce ne străduim a-l schița aici, cînd ar trebui să apară și un *Institut de industrial design* independent, se pot folosi, credem, experimental, unele forme tranzitorii, pregătitoare, atît pe lîngă institutele noastre de arhitectură, cît și pe lîngă cele de arte plastice. Iată, concret, în ce ar consta astfel de forme tranzitorii de învățămînt:

— Secții de specialitate la institutele de arhitectură, pentru: *design* arhitectural de elemente modulare, de arhitectură navală, feroviară, auto, expoziții, mobilier, design ambiental etc.

— Secții de specialitate la institutele de arte plastice, pentru: *design* în diferite ramuri industriale, de la industria grea la cea ușoară, *design* de comunicații vizuale — de la publicitate și ambalaje pînă la generice de film și televiziune, desen animat etc., *design* de jucării și material didactic etc.

E de dorit ca numărul studenților ce vor fi primiți în aceste secții, precum și toate condițiile de organizare a învățămîntului, să tindă spre acoperirea cererilor reale ale industriei pe plan republican.

— Secții de specializare la institutele de științe economice, în programarea producției industriale, *marketing* etc.

— Cursuri generale de *basic design* cu caracter obligatoriu la toate institutele tehnice, iar la institutele de științe economice și la facultățile umanistice, cu caracter facultativ.

— Școli medii de *industrial design*, pe ramuri de producție: ceramică, sticlă, articole electrice, mobilier, obiecte de plastic, lemn, fier etc., doar acolo unde sînt condiții și școlile pot fi patronate direct de unități industriale.

— Cursuri de reciclare pentru actualii creatori de forme industriale din producție, cu stagii și forme diferite, mergînd pînă la trei ani. Astfel de cursuri trebuie organizate cu multă grijă și cu tot simțul responsabilității, numai acolo unde poate fi asigurată o pregătire temeinică de specialitate și un minim de nivel cultural-artistic. Altminteri vor rămîne multe cadre incapabile în industrie, dar învestite cu diplome noi, inatacabile. Firește că astfel de cursuri nu reprezintă decît soluții de compromis. Dar pentru a acoperi marile nevoi ale industriei, alegînd cu grijă pe cei ce pot fi primiți la astfel de cursuri, în baza unui concurs de verificare, putem obține o oarecare ameliorare.

Tot în etapa întîia ar trebui începută și pregătirea reformei pedagogice a educației «artistice» — desen — din școlile elementare și medii, teoretice și profesionale. Cum s-a mai spus, aici se află una din principalele chei ale noii educații estetice a maselor largi populare. Vom încerca să expunem cîteva idei în legătură cu un nou tip de educație vizuală într-un viitor articol.

La etapa a doua s-ar putea ajunge prin rezultatele parțiale ale primei etape: studii, documentare, primele specializări, experimentare etc. Aici s-ar situa:

— Înființarea *Centrului național de design*, ce ar cuprinde: o secție de studii și creație a prototipurilor etalon și o alta de documentare și studii, de popularizare a principalelor probleme, precum și a rezultatelor studiilor, prin publicații, concursuri cu premii, expoziții ș.a.m.d. Socotim că un astfel de centru ar trebui să aibă și o comisie de îndrumare a creației industriale, cu drept de veto asupra prototipurilor noilor produse, așa cum se practică curent în multe țări industriale.

— În aceeași etapă, firește, pe măsura posibilităților, ar trebui înființate atît unele centre de *design* pe ramuri de producție, pe regiuni, sau birouri de *design* ale unor unități industriale mari.

— Formele de învățămînt ce ar apărea acum ar fi:

— La institutele de arhitectură — *facultăți de design*, cu secții de specializare în ramurile mai înainte menționate;

— la institutele de arte plastice — *facultăți de design*, de asemenea cu secții de specializare în domeniile menționate înainte;

— la institutele de științe economice — *facultăți de programare* a producției industriale și *marketing*.

— Tot atunci s-ar putea crea *centrele de educație vizuală* în tot învățămîntul superior, avînd *un program minimal*, obligatoriu, precum și unul *maximal*, *facultativ*.

— De asemenea s-ar putea începe introducerea reformei pedagogice în ceea ce privește educația vizuală de la preșcolari la liceu.

În etapa a treia, pe baza experiențelor acumulate și a cadrelor de specialiști ce s-au format pînă atunci, s-ar putea atinge obiectivele finale, și anume:

— Constituirea forului de stat conducător al activității în acest domeniu.

— Funcționarea *Centrului național de design* cu toate secțiile și întregul potențial.

— Înființarea unui număr corespunzător de *centre de design* pe ramuri de producție, regionale, precum și *birouri de design* ale unor mari unități industriale.

— Instituirea la București a unui *seminar de design bienal, cu caracter internațional*, în care să se poată dezbate principalele probleme ale domeniului, să se confrunte experiențele și să se demonstreze succesele diferitelor țări prin *expoziții de design*.

— Instituirea la București a unor *expoziții — concurs de design*, *naționale*, *anuale*, în care s-ar prezenta și premia cele mai bune creații ale designului românesc intrate în producția curentă în acel an.

— Înființarea *Institutului de design*, institut de învățămînt superior, prin unirea celor două tipuri de facultăți ce au funcționat experimental la institutele de arhitectură și la cele de arte plastice.

— Înființarea *liceelor de design*, de toate felurile.

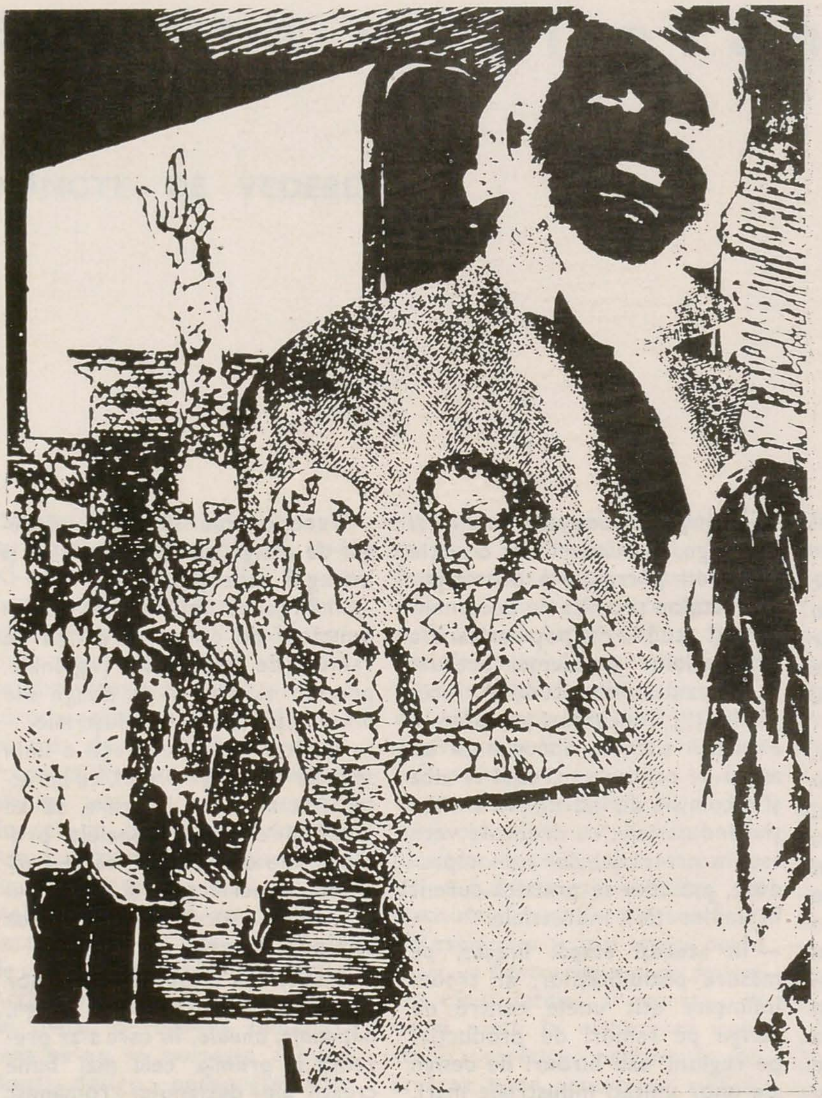
— Generalizarea și definitivarea *programelor de educație vizuală* în tot învățămîntul superior.

— Generalizarea *noii metode de educație vizuală* în tot învățămîntul preuniversitar.

Nu încape îndoială că proiectul de față este doar un plan de principiu, cu totul general, el urmînd a suferi modificări în pas cu studiile, documentarea și experiențele acumulate.

Oricum, disproporția dintre stadiul de dezvoltare al *design*-ului din țara noastră și ritmul accelerat în care crește producția industrială românească impune o acțiune generală energică, hotărîtă și, mai ales, *urgentă*.

PAUL CONSTANTIN

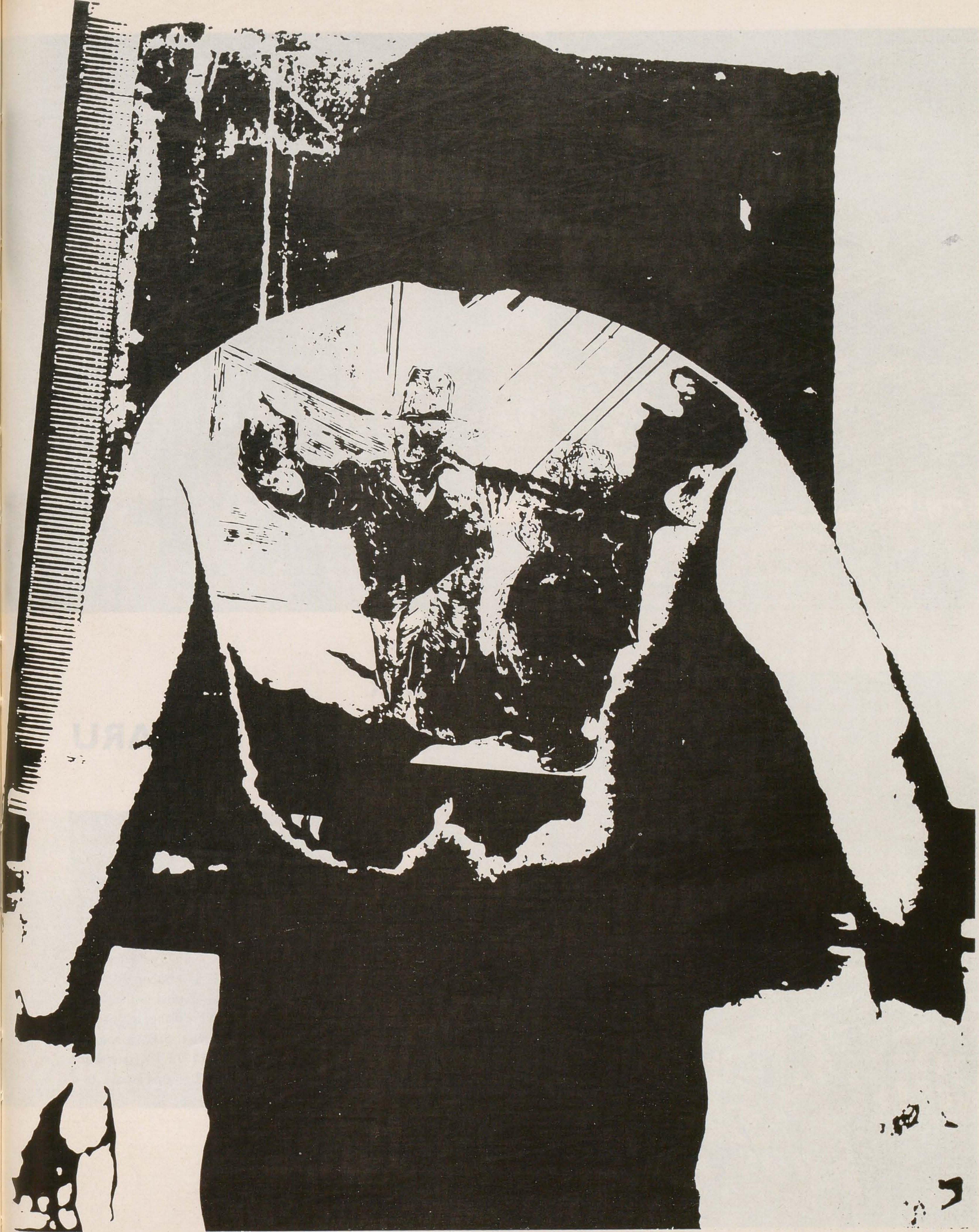


Trei gravuri din ciclul « Realitatea imediată »

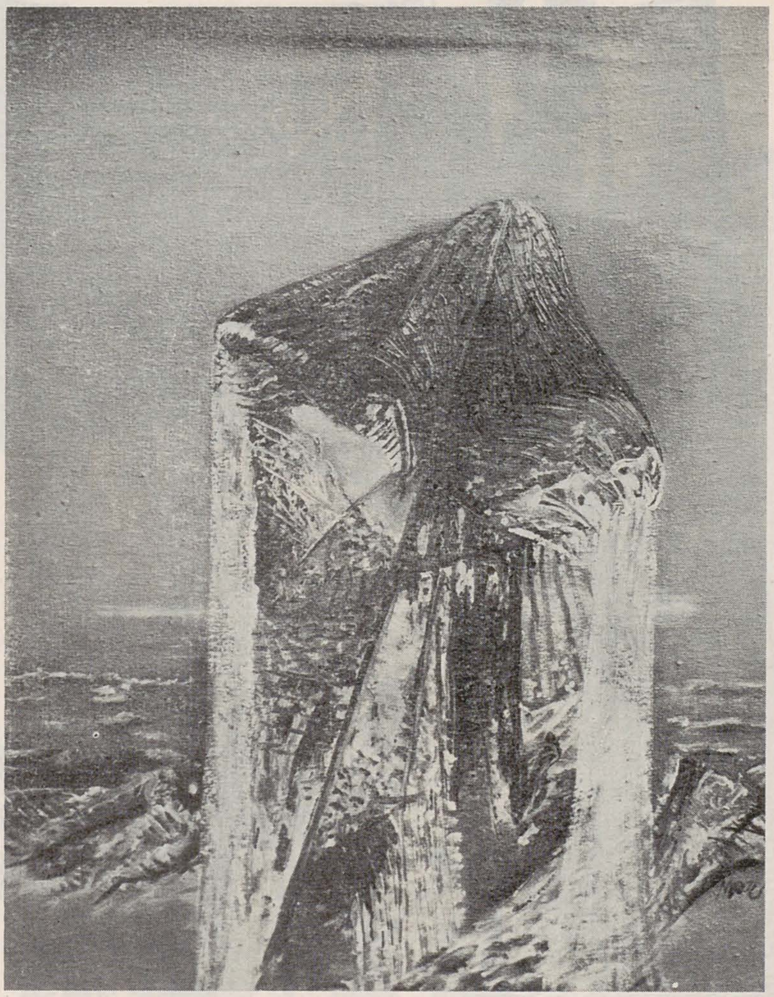
ATELIER

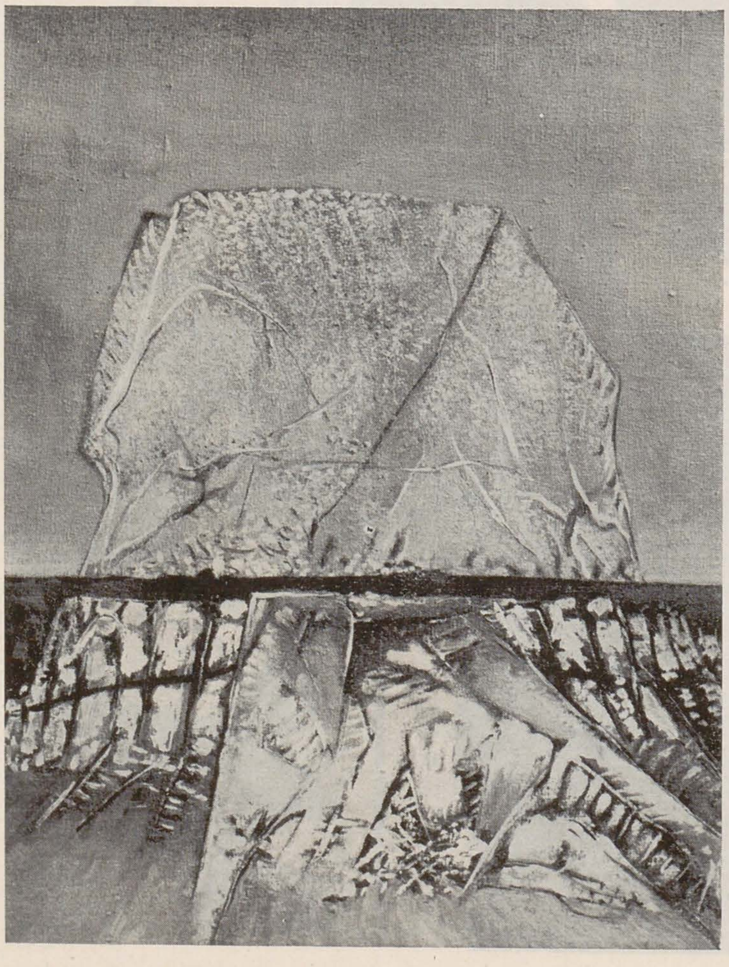
SERGIU DINCULESCU

N. 1947 iunie 2, București. Studii: Institutul de arte plastice « N. Grigorescu », București, promoția 1972. Din 1971 participă la expoziții de stat, saloane oficiale și alte manifestări colective. Expoziții de grup: 1972 — București (Kalinderu); 1974 — București, Arta și actualitatea (Casa Ziariștilor, Ateneul Tineretului); Expoziția Document — Podul (Atelierul de gravură al U.A.P.). Premii: 1971 — Premiul II, Concursul de afișe « 50 ani de la înființarea P.C.R. ».



1

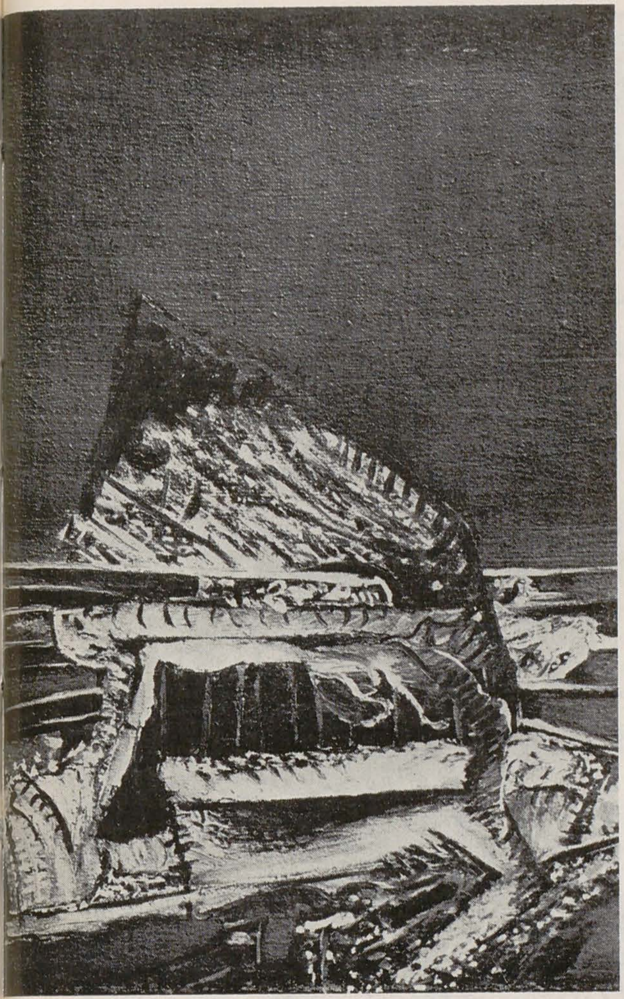

2


5

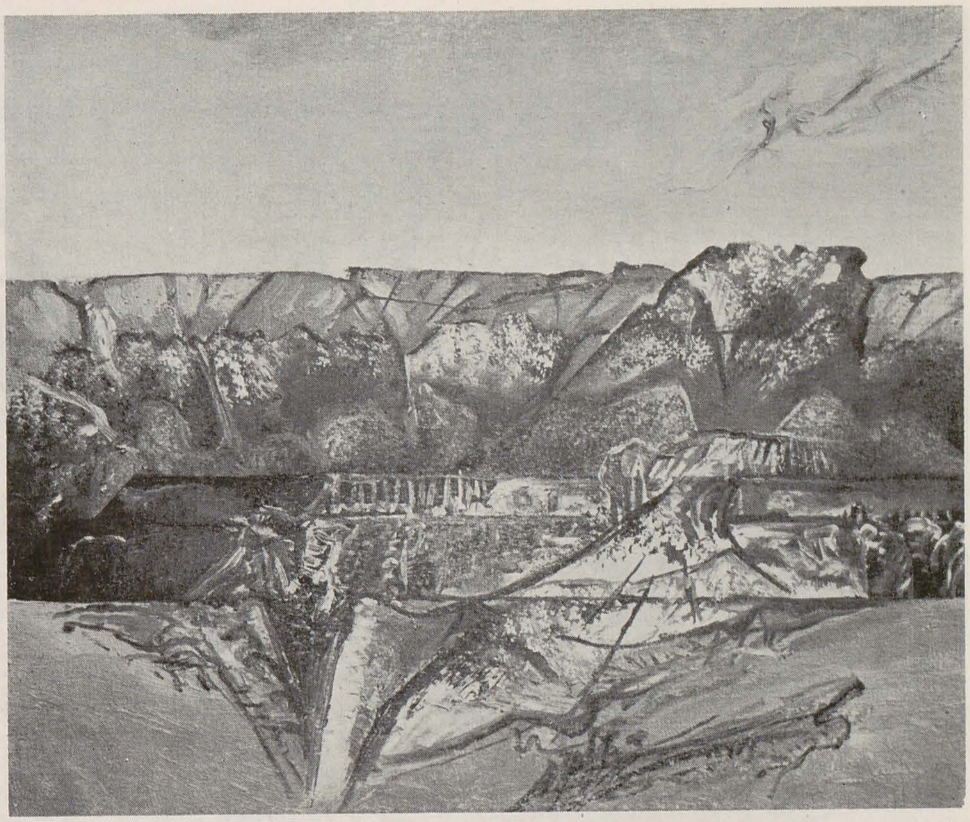
ATELIER
THEODOR MORARU

N. : 1938 martie 23, la Îndărăptnici (U.R.S.S.). Studii : Facultatea de arte plastice a Institutului Pedagogic, București, promoția 1968. Din 1969 participă la expoziții de stat, saloane oficiale și alte manifestări colective. Expoziții personale : 1969 — București (Ateneul Tineretului); 1971 — București (Simeza), Varazze — Italia (Galleria d'Arte dell'Orizzonte); 1973 — București (Apollo); 1974 — București (Simeza). Expoziții de grup : 1972 — București, Desene inedite (Apollo); 1973 — București, Fantasticul ca atitudine (Atelier 35); 1974 — București, Probleme noi ale imaginii (Atelier 35); 1975 — Atena (Athenaeum International Art Center). Expoziții de artă românească organizate în străinătate : 1971 — Praga, Tineri artiști plastici români; 1974 — Berlin (R.D.G.), Tunis, Cairo; 1975 — Islamabad. Expoziții internaționale : 1973 — Platres (Cipru), ediția a III-a « Privighetoarea de aur ».

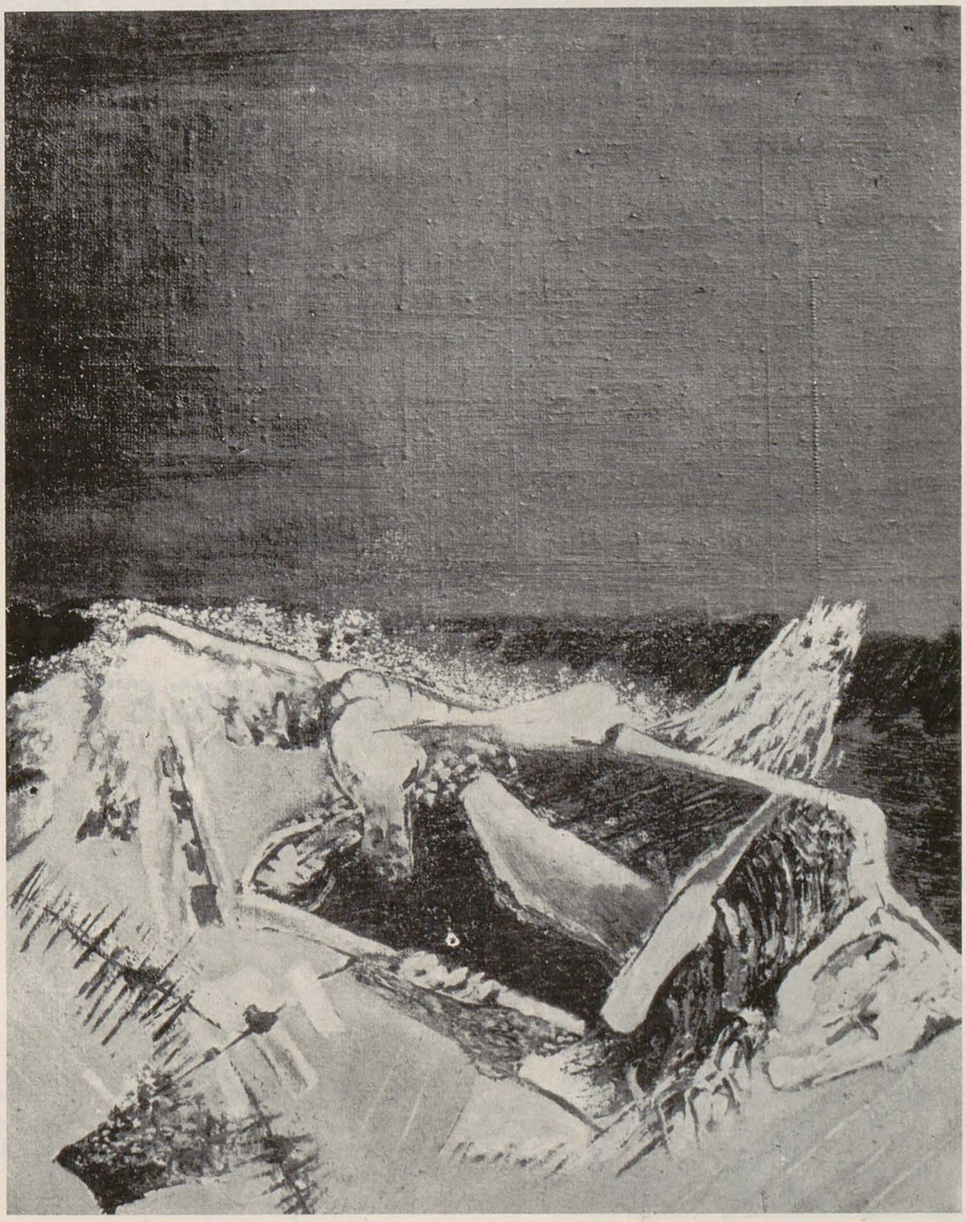
1. Faleză
2. Stîncă
3. Amfiteatru
4. Terase
5. Sol dobrogean
6. Brazdă uriașă



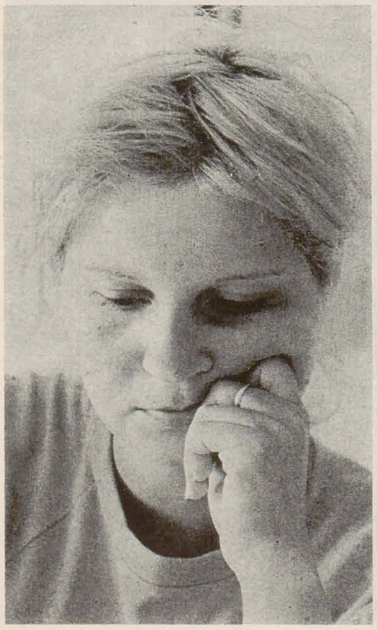
3



4



6



ATELIER
GEORGETA PUSZTAI

N.: 1949 martie 5, Bucureşti. Studii: Institutul de arte plastice « Nicolae Grigorescu » din Bucureşti, clasa prof. Vasile Kazar, promoţia 1974. Din 1972 participă la expoziţii de stat, saloane oficiale şi alte manifestări colective. Expoziţii personale: 1975 — Bucureşti (Amfora).

GHIȚĂ POPESCU

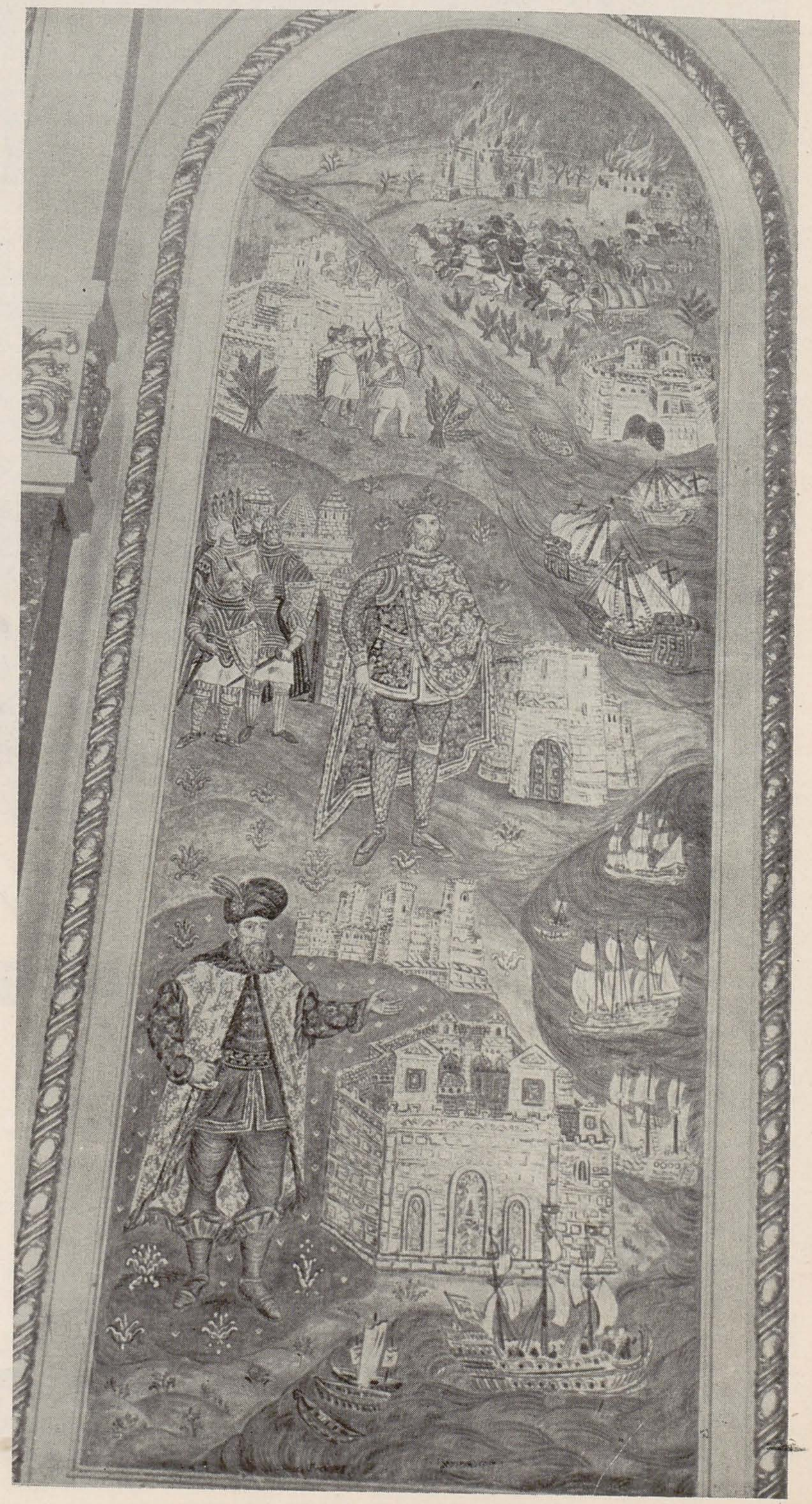
În 17 aprilie 1975 a adormit pentru totdeauna, liniștit, Ghiță Popescu, « maestrul » iubit, care nu cobora de pe schelă decît arareori, pentru bucuria colegilor, prietenilor și admiratorilor, mai vîrstnici sau mai tineri. Moartea a venit — cum spune Leonardo — ca un somn odihnitor, după o lungă zi de muncă. Dotația artistică excepțională, munca intensă, blîndețea și bunătatea înnăscute îl făceau prietenos, omenos și totdeauna voios, binevoitor.

A fost un maestru modest, ca freschiștii și iconarii noștri de altădată ; ca și ei a învățat arta pe schelă, sub bolțile monumentelor ale căror ziduri le-a împodobit și din a căror umbră cu greu se desprindea. A lucrat singur, însoțit doar de un ucenic, prieten și tovarăș de viață — Nuni Dona. A întîmpinat totdeauna cu generozitate solicitările oficiale : a condus cursurile de restaurare de la Antim și școala de pictură de la Ciorogîrla ; a răspuns chemării Institutului de arte plastice, care cunoștea pentru prima dată un maestru format printr-un contact direct cu zugravii vechilor noastre monumente.

Era fiu de pictor. Învățase meseria pe lîngă tatăl său, din copilărie, pe schelă ; mai tîrziu, în timpul uceniciei la Belle-arte studiază frescele mînăstirilor noastre din Muntenia și Oltenia, iar mai apoi din Bucovina. Marile monumente bizantine grecești ale secolelor XIV — XVI nu le-a cunoscut decît tîrziu, ca și cele bizantine mai vechi din Albania. Ghiță Popescu a fost un reformator. El a reevaluat, creator, lecția artei bizantine, care i-a fost atît de scumpă, într-un moment cînd pictura noastră bisericească se cufundase într-un marasm, fie urmînd linia apuseană a lui Tattarescu, precum vor face frații Serafim, fie interpretînd Bizanțul în scheme reci, șablonarde, ca pseudo-bizantinismul unui Costin Petrescu.

Deși îl cunoscuse pe admirabilul bizantinist Brăescu, care adusese în pictura noastră bizantinul arhaic al mozaicurilor din Ravena, Veneția și Roma, se poate spune că Ghiță Popescu s-a format singur. A început prin anii 40, la Ghencea, la Giurgiu (împreună cu Nicolae Stoica), la Dioști, la Flămînda, pentru a ajunge la marile sale fresce din Galați (1953) și Constanța (1959) și a atinge culmea rafinamentului în monumentul Sfîntul Gheorghe din Pitești, încă neterminat. Ghiță Popescu a fost unul dintre cei mai distinși « monumentaliști ». La Consiliul popular din Constanța, la hotelul Tomis din Mamaia, la Casa de cultură din Baia Mare, la sediul Comitetului județean de partid din Suceava, Ghiță Popescu, împreună cu Nuni Dona — care a imprimat umor și voiciune severelor și riguroaselor sale construcții picturale — a înscris, în spiritul maeștrilor de altădată, unicitatea stilului său.

GHEORGHE GHIȚESCU



Frescă din sala de recepție a Consiliului popular — Constanța (fragment)

CONFRUNTĂRI INTERNAȚIONALE

Oslo

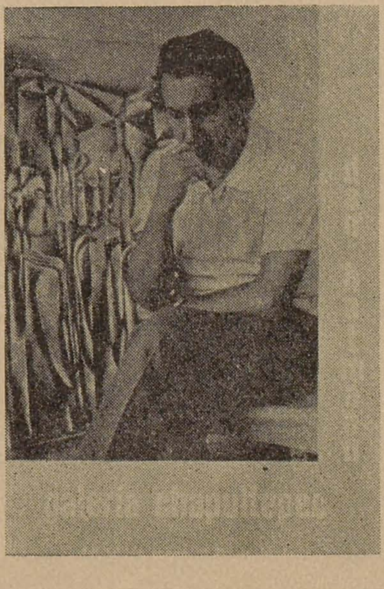
La 11 aprilie s-a deschis la Oslo, sub auspiciile *Asociației norvegiene pentru relații internaționale*, expoziția de sculptură Gheza Vida și de gravură contemporană românească. Gheza Vida a fost reprezentat cu aceeași selecție de lucrări care a constituit obiectul expoziției sale deschise anterior în Belgia, Olanda și Danemarca. Colecția de gravuri (proprietatea expozanților) a cuprins 65 lucrări (gravură pe metal, litografie, xilogravură, mezzotinta, acvatinta) de Corina Beiu Angheluță, Adina Caloenescu, Marcel Chirnoagă, Dumitru Cionca, Adrian Dumitrache, Dan Erceanu, Ladislau Feszt, Hildegard Klepper Paar, George Leolea, Ethel Lucaci Băiaș, Tiberiu Nicorescu, Ion Panaitescu, Simona Runcan.

Tokyo Osaka

Sub auspiciile companiei *Wasko Koegi* din Osaka, a fost prezentată, în cursul lunii aprilie, la Tokyo și la Osaka o amplă expoziție de pictură contemporană românească cuprinzînd lucrări a 138 artiști.
În aceeași perioadă, *Muzeul Central* din Tokyo a prezentat o expoziție de pictură pe sticlă și pictură pe lemn (128 lucrări — ilustrînd valorificarea și dezvoltarea în contemporaneitate a unor vechi tehnici și meșteșuguri artistice românești).

Ciudad de Mexico

Sub auspiciile *Institutului Național de Arte Frumoase* din Mexic și ale *Ambasadei române* la Ciudad de Mexico, *Galeria Chapultepec* din Ciudad de Mexico a prezentat, între 16 mai și 10 iunie a.c., expoziția pictorului Dan Hatmanu intitulată «Om și sentiment». La vernisaj au luat parte Sergio Galindo, director general al *Institutului Național de Arte Frumoase*, Dumitru C. Mihail, ambasadorul român la Ciudad de Mexico, personalități ale vieții politice și culturale din Mexic, reprezentanți ai presei, un numeros public. Au rostit alocuțiuni arh. Felipe Lacouture, șeful *Departamentului artelor plastice* din Mexic, și pictorul Dan Hatmanu.



Primită cu interes de public și presă (informații, cronici, interviuri fiind publicate în «El Universal», «El Dia» ș.a., iar televiziunea mexicană prezentînd și comentînd în fiecare seară, timp de două săptămîni, cîte una din cele 14 lucrări expuse), expoziția a cuprins un ciclu de picturi din care fac parte *Pictorul*, *Artistul*, *Omul sentimental*, *Memoria păcii*, *Forța timpului*, *Cristalul*, *Anotimpurile*, *Memoria celor căzuți* ș.a. Expoziția a fost itinerată în localitățile Pueblo, Acapulco, Guernavaca, Gualahas. Două din lucrările expuse vor fi donate *Muzeului Național al Culturii din Mexic*.

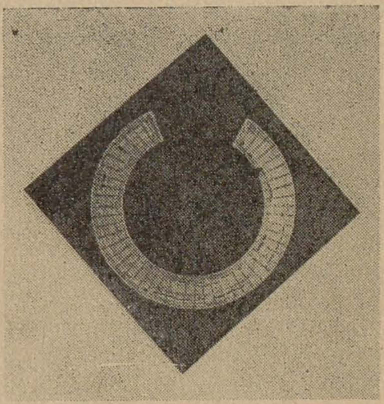
Tot la Ciudad de Mexico, în cursul lunii mai, a fost prezentată o expoziție de artă populară românească. Selecția celor 270 obiecte (aparținînd colecției *Muzeului de artă populară* al R. S. România) realizează o imagine de ansamblu a culturii noastre populare, ilustrată printr-o varietate de genuri și tehnici (costum popular, textile de interior, ceramică, lemn), fiind reprezentate diferite zone etnografice ale țării.

Ljubljana

În luna mai a avut loc a treia ediție a bienalei internaționale de caricatură *Brez Besed* (Fără cuvinte) de la Ljubljana. Din țara noastră au participat Anton Avram, Ion Dogar Marinescu, Claudiu Nicolae, Iosif Teodorescu. Juriul internațional i-a acordat caricaturistului Claudiu Nicolae unul din premiile bienalei.

Varșovia

Răspunzînd invitației redacției *Projekt*, criticul Mihai Drișcu publică în nr. 2/1975 al cunoscutei reviste poloneze o prezentare a expoziției *Arta și Orașul*



(București, Galeria Nouă). Articolul (inclus în rubrica *Evenimente și fapte*, care cuprinde, de asemenea, relatări despre manifestări cultural-artistice din Düsseldorf, Praga, Varșovia) relevă importanța dezbaterilor privind modelarea complexă a mediului urban cu implicarea directă a factorului de creație artistică. Ilustrația bogată (12 imagini cu aspecte din expoziția de bază și din cele trei expoziții personale organizate succesiv) însoțește convingător textul. (În ilustrație: *Agora* de Marin Gherasim.)

Ancona

La Ancona a fost prezentată, în cursul lunii mai, Expoziția internațională de desen umoristic pe tema *Sportul*. Din țara noastră au participat: Anton Avram, Octavian Bour, Constantin Ciosu, Vasile Crăiță Mândră, Ion Dogar Marinescu, Claudiu Nicolae, Mihai Pânzaru, Iosif Teodorescu, Helga Unipan. Caricaturistul Claudiu Nicolae a fost distins de juriul internațional cu unul din premiile expoziției.

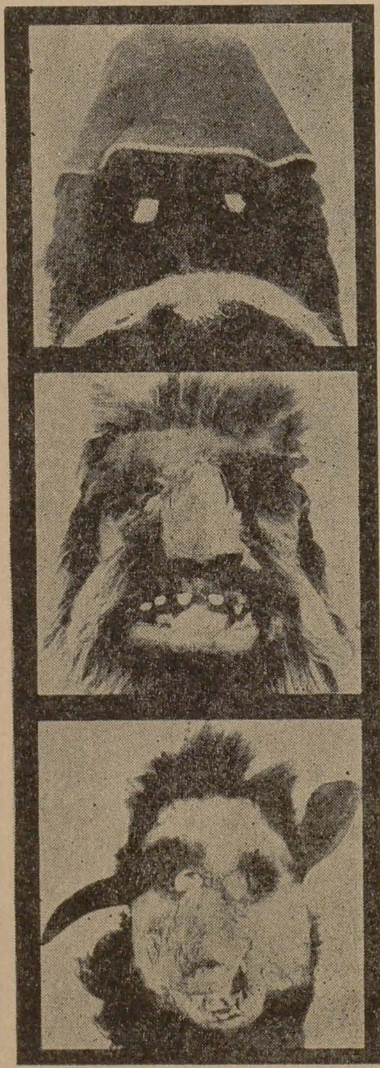
Binche
Liège
Bocrijk

Sub auspiciile UNESCO și ale SIEF (Societatea Internațională de Etnografie și Folclor, al cărui președinte este prof. dr. Mihai Pop) au fost organizate în Belgia o serie de manifestări cultural-artistice care se desfășoară de-a lungul verii în diferite localități, cu concursul unei largi participări internaționale.

În cadrul festivalului folcloric « Logodna și căsătoria » de la Liège, la expoziția de la *Muzeul vieții valone* (inaugurată în cursul lunii iunie), arta noastră populară a fost reprezentată printr-o selecție de obiecte din inventarul tradițional al nunții (găteala de cap a miresei, steagul de nuntă, plosca și ulciorul de nuntă etc.).

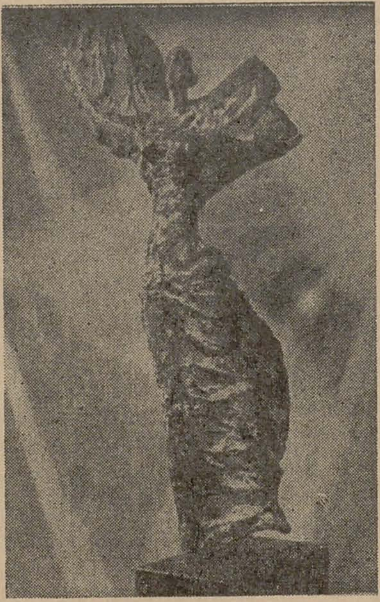
În cursul lunii august, la *Muzeul în aer liber* din Bocrijk, unde au avut loc spectacole folclorice, au fost prezentate obiceiuri tradiționale ale nunții românești.

La Binche, *Muzeul internațional al carnavalului și al măștii* a organizat, cu participarea a 20 de țări, festivalul « Masca în tradiția europeană », care s-a desfășurat între 14 iunie și 6 octombrie. La expoziția internațională a festivalului, secțiunea română a cuprins o colecție de 236 obiecte, din patrimoniul *Muzeului de artă populară* al R. S. România, ilustrînd, prin măști și o bogată recuzită (clopote, harapnice, instrumente muzicale etc.), tipologia măștii populare și cîteva din obiceiurile noastre folclorice tradiționale ca « uratul », « priveghiul », «alaiul caprei», «alaiul ursului», « căiuții », « cornii » ș.a. Mare parte din piesele expuse la Binche au fost anterior prezentate la București (ianuarie a.c.) la expoziția « Obiceiuri populare de iarnă ».

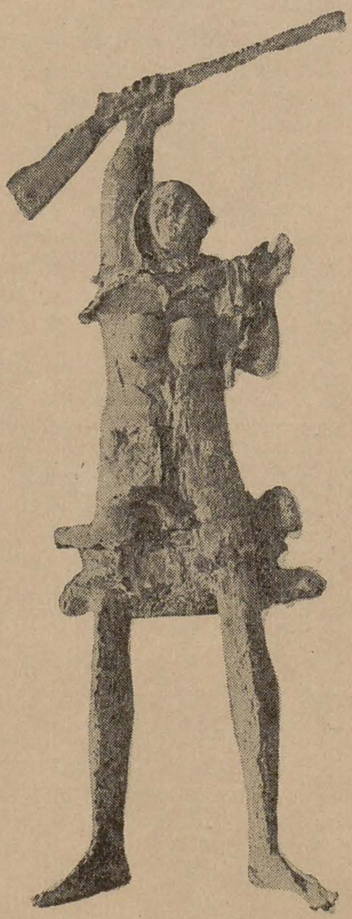


Berlin

Revista berlineză *Bildende Kunst* (nr. 1/1975) publică, sub semnătura lui Harald Olbrich, un comentariu pe marginea expozițiilor bucureștene jubiliare și a expoziției de artă românească de la Berlin, deschise anul trecut în cadrul manifestărilor consacrate aniversării eliberării. Contactul cu asemenea expoziții cuprinzătoare și reprezentative oferindu-i posibilitatea unei informări bogate, autorul afirmă că « în totalitatea ei, arta românească este adînc înrădăcinată în transformările dramatice ale epocii noastre, față de care artiștii reacționează în mod creator și original . . . ». Relevînd faptul că « dezvoltarea artelor plastice în România socialistă a parcurs deja mai multe etape și a înregistrat o crescîndă diversitate de forme », autorul observă legătura dintre « multiplicitatea formelor » și preocuparea pentru « importante teme și conținuturi sociale », pentru « tratarea unor subiecte istorice de mare însemnătate », dar și preocuparea pentru mediul ambiant ori pentru capacitatea imaginii artistice « de a genera plăcere estetică ». Analizînd creația contemporană, autorul înregistrează « tendința unor expresivități marcate, a unor structuri dramatice și asociative » care nu contrazic viabilitatea atitudinilor tradiționale, între care sînt citate, pentru importanța lor, lirismul cromatic și filonul artei populare, alimentat de un folclor încă viu. Olbrich își susține afirmațiile citînd numeroși artiști, de la maeștri consacrați



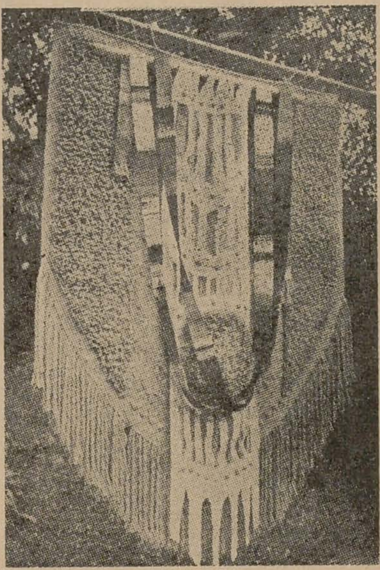
la tineri (articolul fiind, de altfel, însoțit de un bogat material ilustrativ). În concluzie, considerînd că lucrările prezentate exprimă cu sinceritate « un crez artistic, un mesaj viu, transmis



de la om la om », autorul apreciază că « imaginea bogată în transformări oferită de arta contemporană românească constituie ecoul dezvoltării înseși a țării » noastre. (În ilustrație: *Eliberare* de Grigore Minea și *Victorie* de Paul Vasilescu).

Viena

La 12 mai s-a deschis la *Palatul Palffy* din Viena o expoziție de artă decorativă cu lucrări de Elena Haschke Marinescu. Expoziția a cuprins tapiserii (mu-



rale și spațiale), panouri decorative (imprimeu artistic manual) și serigrafii. Între lucrările expuse (cea mai mare parte prezentate anul trecut la expoziția personală a artistei, deschisă la București) figurează tapiseriile *Brîiele pămîntului* (în ilustrație), *Brîiele cerului*, *Brîiele luminii*, serigrafii din ciclul *Bolta cerului — Soarele*, *Luna*, *Ploaia* ș.a.

Damasc

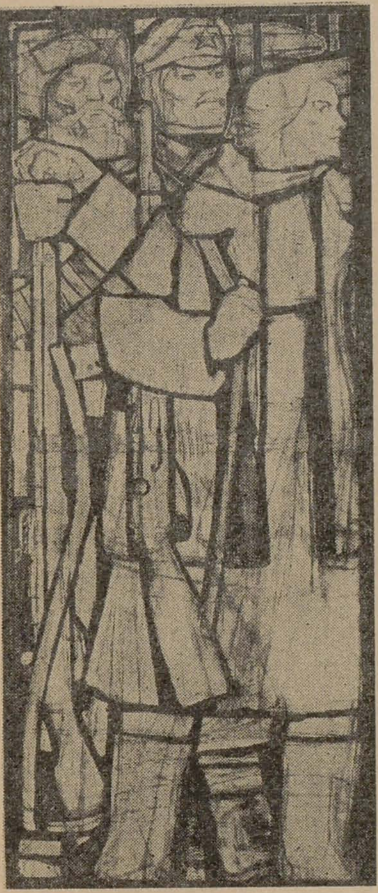
La 19 mai s-a deschis la Damasc o expoziție românească de artă decorativă și artizanat. Colecția a cuprins tapiserii de Aurelia Ghiață, Adrian Necula, Victoria Radu, Mariana Șenilă și o diversitate de obiecte (realizate de meșteri populari și de cooperația meșteșugărească), printre care costume populare, țesături, ceramică, lemn, păpuși etnografice.

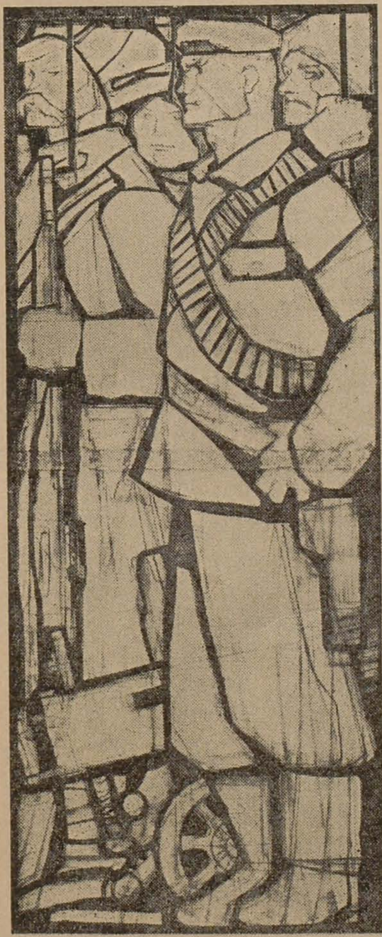
Expoziția a fost prezentată, în continuare, în Iordania.

Bratislava

Revista slovacă *Vytvarny Zivot* din Bratislava publică în nr. 2/1975, sub semnătura criticului Mircea Deac, o amplă prezentare a pictorului Ștefan Szönyi, omul și opera (după retrospectiva artistului la București și Timișoara). Textul este însoțit de un bogat

material ilustrativ — *Ecaterina Varga, Plutaşi, Octombrie 1917*, trei studii pentru *Gheorghe Doja* ş.a. (În ilustraţie: din tripticul *Octombrie 1917*, vitraliu).





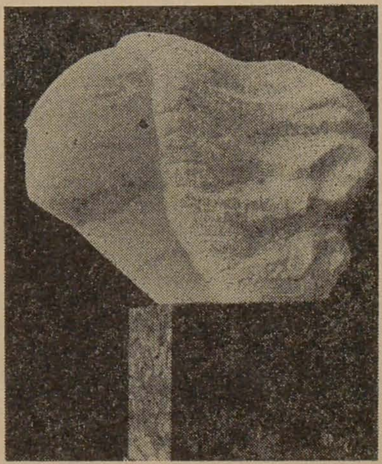
SIMEZE

Expoziţie de grup

Suceava. Galeriile de artă. Martie. Expoziţie de pictură cu lucrări executate în cadrul documentării 1974. Au expus: Laurenţiu Buda, Petru Balasz, Constantin Crăciun, Eva Cerbu, Virgil David, Paul Gherasim, Semproniu Iclozan, Virgil Preda, Alma Redlinger, Sofia Uzum.

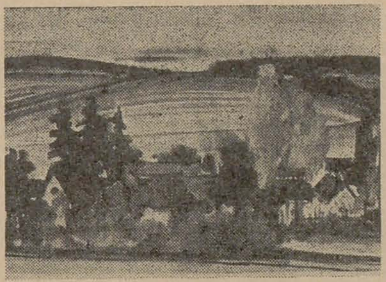
Expoziţie de grafică

Muzeul din Miercurea Ciuc. Ianuarie. Au expus: Gheorghe Adoc, Ana-Maria Andronescu, Antal Imre, Beczássy Antal, Elena Bronitzki, Balogh Lajos, Borsos Gábor, Emilia Boboia, Clara Cantemir, Elena Chinschi, Marcel Chirnoagă, Dumitru Cionca, Maria Constantin, Ion Donca, Mircea Dumitrescu, Adrian Dumitrache, Dan Erceanu, Gaál András, Ştefan Iacobescu, Imets László, Adrian Ionescu, Gheorghe Ivancenco, Karancsi Sándor, Dumitru Leolea, Puia Masichievici, Maszelka Jànos, Markos András, Márton Arpád, Mérey András, Nagy Péter, Olac Vasile, Mircea Olarian, Páll Lajos, Stelian Panţu, Ion Panaitescu, Ala Jalea Popa, Tia Peltz, Anton Perussi, Dumitru Ristea, Sövér Elek, Vasile Socoliuc, Iulius Şuteu, Horia Teodoru, Iosif Teodorescu, Ion Titoiu, Aranka Zsigmond.



Vasile Aciobăniţei

Simeza. Octombrie-noiembrie 1974. Sculptură.



Simon Endre

Tîrgu-Mureş. Galeria Új Elet. Februarie-martie. Acuarele.

Suzana Fîntînariu

Craiova. Sala de expoziţie a Teatrului Naţional. Ianuarie-februarie. Gravură.

Angi Petrescu Tipărescu

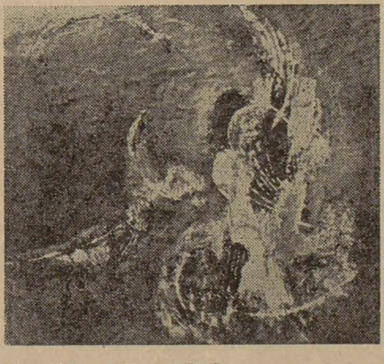
Galateea. Februarie-martie. Grafică de carte.

Expoziţie de grup

Au expus: Paul Atanasiu, Ilie Ardeleanu, Şerban Rusu Arbore la Galeriile de artă ale municipiului Bucureşti. Februarie-martie. Pictură.

Gheorghe Zidaru

Tîrgovişte. Sălile de expoziţie. Februarie-martie. Pictură.

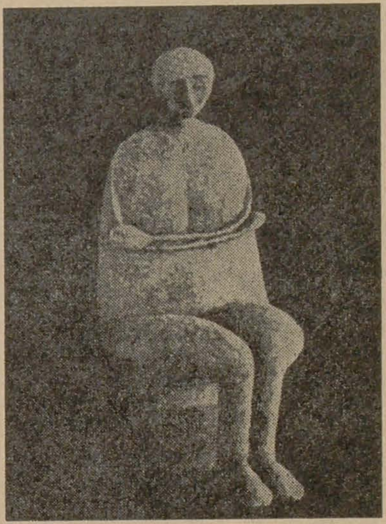


Rodica Pandele

Simeza. Martie. Pictură.

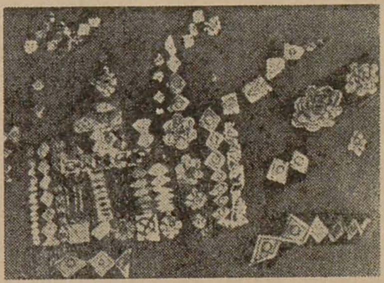
Vigh István

Amfora. Martie. Grafică.



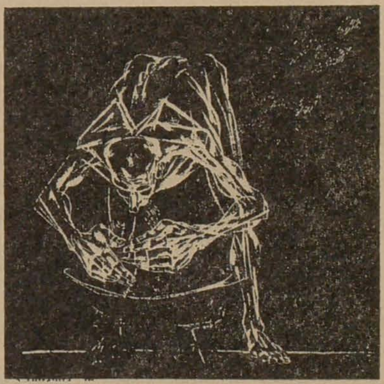
Tornay Endre

Braşov (Bulevardul Victoriei nr. 10). Martie. Sculptură. Pictură. Grafică.



Dan Hatmanu

Suceava. Galeria Fondului Plastic. Martie. Pictură.



Plugor Sándor

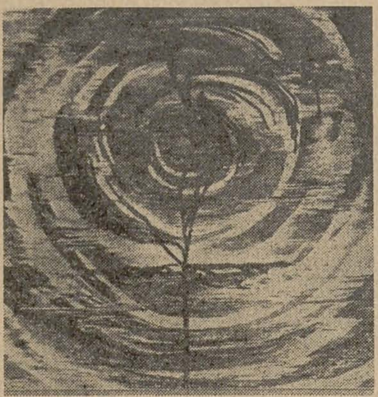
Braşov (Bulevardul Victoriei nr. 10). Martie. Sculptură.

Mihai Mircea Ciobanu

Ateneul Român. Martie. Pictură.

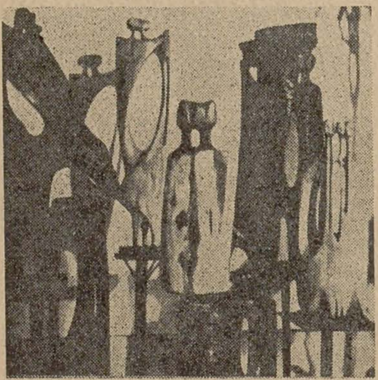
Expoziţie omagială

Închinată zilei de 8 Martie şi Anului Internaţional al Femeii. Muzeul Judeţului Satu Mare. Martie. Pictură, sculptură, grafică.



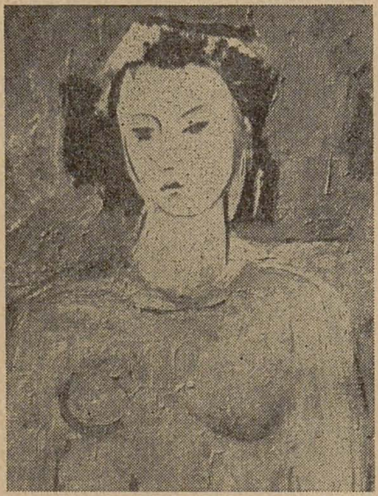
Angela Balogh

Orizont. Martie-aprilie. Tapiserie.



Peter Balogh

Orizont. Martie-aprilie. Sculptură.

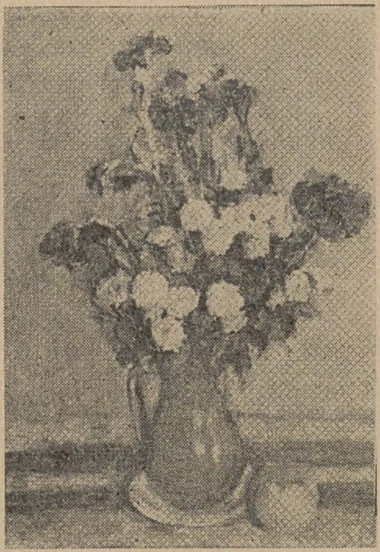


Ion Mitrea

Cluj-Napoca. Galeria Fondului Plastic. Martie-aprilie. Pictură.

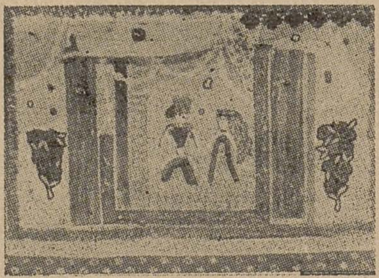
Cseh Gusztáv

Satu Mare. Galeria de artă. Martie-aprilie. Grafică.



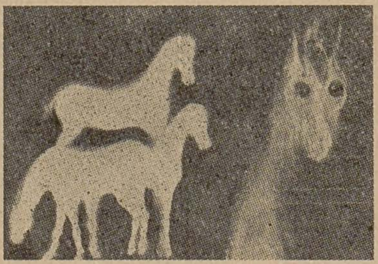
Hrandt Avakian

Galeriile de artă ale municipiului București. Martie-aprilie. Pictură.



Margareta Sterian

Pitești. Galeria de artă contemporană românească. Martie-aprilie. Tapiserie.

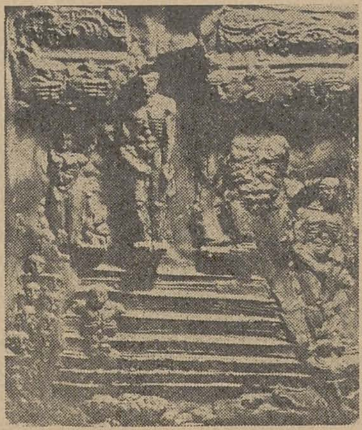


Mircea Barzuca

Pitești. Galeria de artă contemporană românească. Martie-aprilie. Pictură.

Expoziție de grup

Eforie. Martie. Pictură, sculptură, artă decorativă.
Au expus : Lucia Dem. Bălăcescu, Céline Emilian, Aurelia Ghiață, Ligia Macovei, Geta Năpăruș, Iulia Oniță, Mariana Petrașcu, Milița Petrașcu.

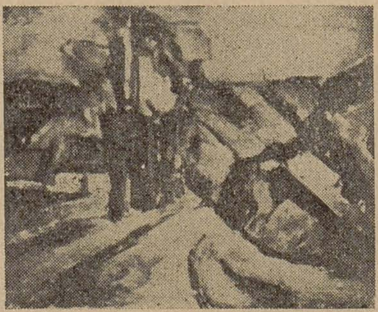


Fleissig Nicolae

Galateea. Martie-aprilie. Sculptură.

Nagy Pál

Tîrgu Mureș. Galeria Új Elet. Martie-aprilie. Grafică.

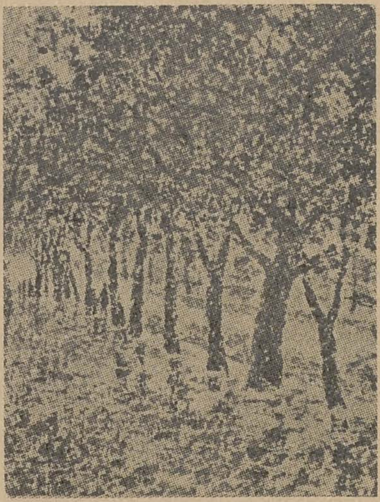


Gheorghe Constantinescu

Galateea. Aprilie. Pictură.

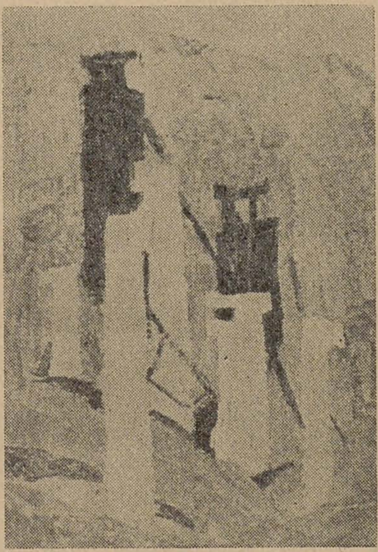
Hildegard Fackner Kremper

Timișoara. Galeriile de artă. Martie-aprilie. Grafică.



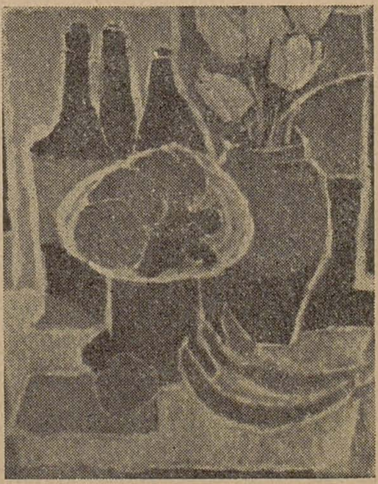
Ghelman Lazăr

Căminul Artei. Aprilie. Pictură.



Teodor Catana

Amfora. Aprilie. Pictură.



Margareta Svoboda

Casa de cultură « Friedrich Schiller ». Aprilie-mai. Pictură.

Dans ce numéro:

La revue « Arta » présente les artistes roumains contemporains:

Geta Brătescu

p. 27

Née le 4 mai 1926 à Ploiești. Études: Faculté de Lettres et Académie des Beaux-Arts de Bucarest. Débute en 1946 au Salon Officiel « Blanc et noir ». Expositions personelles en 1960, 1963, 1967, 1970, 1972, 1974. Participe aux expositions d'art roumain organisées à l'étranger: Varsovie (1959, 1970, 1974); Budapest (1959, 1965, 1969, 1972); Moscou (1960, 1961, 1965, 1970); Athènes (1960, 1967); Genève, Damas, Le Caire, Alexandrie (1961); Prague (1962, 1973, 1974), La Havane (1962, 1972); Dresde (1963, 1971); Sofia, Paris (1964), Washington, Chicago (1965); Londres, Milan (1966); Cologne (1967), Santiago-Chili (1969, 1973), Göteborg (1969); Regensbourg, Sao Paulo (1970), Berlin (1971, 1974); San Marino, Tokyo (1972); Eastbourne, Belgrade, Bochum, Karlovy Vary, Brno, Bogota, Quito, San José, Philadelphia (1973), Brême (1974), Islambad (1975). Prend part aux expositions internationales ouvertes à Moscou (Exposition des pays socialistes, 1958); Leipzig (« La Paix dans le monde », 1959; I.B.A., 1965 et 1971; « Figura », 1971); Venise (Biennale, 1960); Vienne (Illustration du livre, 1961); Lausanne (Biennale de la Tapisserie, 1965, 1969); Brno (Art graphique, 1966); Berlin (Exposition commémorative Bertold Brecht, 1966); Bratislava (B.I.B., 1967); Belgrade (« Golden Pen », 1968, 1972); Bologne (La Foire internationale du livre, 1969, 1972, 1973).
A publié un journal de voyage *De la Veneția la Veneția* (Éditions Meridiane, 1971) et des articles dans les revues « Arta » et « Secolul 20 ».
Prix: 1965 — IIe Prix de l'Union des Arts Plastiques pour l'art décoratif; 1970 — Prix de la revue « Arta ».

Sergiu Dinculescu

p. 30

Né le 2 juin 1947 à Bucarest. Études à l'Institut d'arts plastiques « N. Grigorescu » de Bucarest (1972). Participe depuis 1971 aux expositions d'état ainsi qu'à d'autres manifestations collectives et de groupe (« L'Art et l'actualité »; « Le Grenier » — 1975). Obtient le IIe Prix au concours organisé à l'occasion du cinquantième anniversaire du Parti Communiste Roumain.

Theodor Moraru

p. 32

Né le 23 mars 1938 à Indărăptnici (U.R.S.S.). Études: Faculté d'art plastique de l'Institut pédagogique de Bucarest (1968).
Participe depuis 1969 aux expositions d'état ainsi qu'à des manifestations collectives et de groupe à Bucarest (« Dessins inédits » — 1972; « Atelier 35 » — 1973, 1974). Expositions personnelles à Bucarest (1969, 1971, 1973, 1974) et Varazze (1971). Prend part aux expositions d'art roumain organisées à l'étranger: Prague (« Jeunes artistes roumains, 1971); Berlin, Tunis, Le Caire (1974), Islambad (1975), ainsi qu'aux expositions internationales organisées à Platres — Chypre (« Le Rossignol d'or », 1973) et Athènes (Athenaeum International Art Center, 1975).

Georgeta Pusztai

p. 34

Né le 5 mars 1949 à Bucarest. Études à l'Institut d'arts plastiques « N. Grigorescu » de Bucarest (1974). Participe depuis 1972 aux expositions d'état ainsi qu'à d'autres manifestations collectives. Exposition particulière en 1975 à Bucarest.

Articles à signaler:

L'image

(Anatol Mândrescu)

p. 1

En choisissant des exemplaires significatifs du point de vue du style, l'auteur propose un musée imaginaire du portrait autochtone comme hypothèse de travail pour une histoire « nécessaire » du concept de l'homme dans la culture roumaine. L'étude réunit indistinctement des espèces diverses de la pratique artistique (peinture, sculpture, broderies) relevant de l'art ancien et moderne, urbain ou rustique qui présentent des analogies et des correspondances suggérant de vastes unités stylistiques ou des structures collectives du style. Selon l'auteur, il existe dans le portrait autochtone une particularité qui se manifeste sur un substratum de culture byzantine: on retrouve, dans des contextes socio-culturels différents, les traits caractéristiques de l'image votive — un mélange intime de sensualité et d'immatérialité séraphique, une solennité et une profondeur propres au mode autochtone de concevoir l'homme. On pourrait avancer l'hypothèse qu'il existe un fonds stylistique commun, un programme stylistique appartenant à la collectivité, où fonctionnent un nombre restreint de génotypes stylistiques; les expressions phénotypiques, les idiomes du style sont réductibles à deux directions philogénétiques principales divergentes, sans pour autant comporter une rupture. Par une analogie d'élaboration formelle le portrait de Marie de Mangop (broderie de la seconde moité du XVe siècle) rejoint une sculpture de Gheorghe Anghel (artiste du XXe siècle); de même, un portrait de Pârvu Mutu (1675—1735), une sculpture d'un artiste contemporain comme Paul Vasilescu; la même esthétique austère, d'orientation classique, le même plan stylistique fondamental sont observables dans la série de portraits de Pârvu Mutu, dans un portrait datant de 1819 et dans un portrait d'un peintre contemporain comme Brăduț Covaliu; se situant dans une autre direction philogénétique, d'orientation expressioniste, une broderie du XVe siècle rejoint une peinture rustique, le portrait de Gala Galaction de N.N. Tonitza et un portrait de Horia Bernea. Il est aisé de reconnaître dans ces séries culturelles la coexistence de patrons stylistiques du type de l'invariance génétique (du point de vue antropologique la constance sélective des types humains — terrain d'aplication du style) et d'une variabilité des caractères différentiels exprimant l'action du milieu social et des facteurs historiques. La flexibilité génétique est donc assez grande pour permettre l'évolution.
Cette situation indique, cependant, l'existence d'une structure spécifique de l'historicité stylistique, un cours relativement autonome et asynchrone par rapport au temps historique de l'infrastructure ou à d'autres formes de suprastructure, afin que, dans les limites de cette historicité, des systèmes de significants identiques ou isomorphes puissent offrir des significations différentes.

Rhétorique de l'image

(Roland Barthes)

p. 23

Traitant de la sémiologie de l'image, la pertinente étude de Roland Barthes que nous publions dans le présent numéro de notre revue a été traduite en roumain d'après le texte paru en 1964 dans la revue *Communications* no. 4.

Esquisse d'un plan de développement

(Paul Constantin)

p. 28

Faisant suite à l'article — *Faut-il encore prouver l'impact social du design?* paru dans le no. 6/1975 de notre revue, le texte actuel propose l'esquisse d'un plan de développement du Design au niveau du rythme accéléré de l'industrialisation en Roumaine. A cette fin l'auteur envisage un système complexe d'enseignement spécialisé comportant parallèlement des mesures de réforme et d'éducation artistique dans les écoles primaires et secondaires.

IMÁGINE, *imagini*, s. f. **1.** Reprezentare în mintea noastră a realității înconjurătoare, pe baza impresiilor primite prin simțuri; reproducerea unei percepții vizuale sau auditive; (rar) obiectele percepute prin simțuri. *Deschizi larg ochii și încerci să păstrezi pentru totdeauna în adîncul lor imaginile care ți se perindă prin față.* STANCU 23. *Ții tu minte cîte-n lume-ai auzit?... Prea puțin. De ici, de colo, de imagine-o fășie, Vreo urmă de gîndire, ori un petec de hîrtie.* EMINESCU, O. I 134. ◇ F i g. *În călimara asta nouă voiesc ca fluturii imagini Ce vor cădea cîndva, inerte, pe cîmpul alb al unei pagini.* TOPÎRCEANU, M. 7.

2. Reproducere a unui obiect, formată din punctele de reunire ale razelor luminoase emanate de la un izvor de lumină și obținută cu ajutorul unui sistem optic. *Păsări contopindu-se în luciul apei cu propria lor imagine.* BOGZA, C. O. 39. ◇ *Imagine reală* = imagine în ale cărei puncte se intersectează însăși razele luminoase pornite de la obiect și care poate fi prinsă pe un ecran. *Imagine virtuală* = imagine în ale cărei puncte se intersectează numai prelungirile drepte ale razelor luminoase și care nu poate fi prinsă pe un ecran.

3. Reprezentare plastică a înfățișării unei ființe sau a unui obiect, a unei scene din viață, a unui tablou din natură etc. obținută prin fotografiere, desen, pictură.

4. Reflectare artistică a realității prin sunete, cuvinte, culori etc., în muzică, poezie, arte plastice etc. *El s-a cutremurat nu de imaginea poetică ce-i serveam, ci de glasul meu deznădăjduit.* SADOVEANU, A. L. 17.

5. (Mat.) Simbol.

— Pl. și: *imagine* (ODOBESCU, S. III 60). — Variantă: